



Les faits marquants du mois

Infrastructure & Support de paiement – **EPI et Bizum en confrontation**

- **EUROPE – EPI** réalise un tournant dans son histoire avec la réalisation des premières transactions de paiement instantané en Europe
- **EUROPE – Bizum** prépare une riposte à EPI en s'associant avec Bancomat et SIBS

L'European Payments Initiative (EPI) a réalisé une nouvelle avancée avec le succès de la première transaction de paiement instantané entre deux clients en Allemagne et en France. Cette première transaction a démontré l'efficacité de la technologie utilisée. EPI a pour ambition de redéfinir le paysage européen des paiements avec le lancement commercial de Wero prévu pour 2024.

C'est dans ce contexte que, Bizum, le service espagnol de paiement mobile par virement, riposte à EPI en annonçant un partenariat avec Bancomat et SIBS pour créer une synergie entre l'Italie, l'Espagne et le Portugal. L'objectif est de simplifier les transactions transfrontalières et de renforcer l'offre de paiement unifiée en Europe du Sud. Les trois partenaires revendiquent une forte présence, fournissant des services de paiement à 42,7 millions de personnes dans leurs pays respectifs, et 1,47 milliard de paiements effectués en 2023.

Monnaie Digitale & Web 3 – **Des projets majeurs en vue pour 2024**

- **COREE DU SUD – La Corée du Sud** veut lancer un projet pilote de CBDC auprès de 100 000 citoyens en 2024
- **EUROPE – Deutsche Bank, Galaxy Digital et Flow Traders** s'associent pour lancer un stablecoin en euro
- **ARGENTINE – L'Argentine** pionnière dans l'adoption de **Bitcoin**

La Banque de Corée du Sud prévoit de lancer un projet pilote de CBDC en collaboration avec la Commission des services financiers et le Service de surveillance financière. Les participants pourront utiliser cette monnaie pour l'achat de biens. La CBDC est considérée comme une solution potentielle aux défis du système de subventions gouvernementales, et ce projet pourrait inspirer d'autres pays dans la réflexion mondiale sur les monnaies numériques.

Du côté de l'Allemagne, Deutsche Bank, Galaxy Digital et Flow Traders collaborent pour lancer AllUnity, un stablecoin en euro. Le partenariat illustre l'intérêt croissant des institutions financières pour les actifs numériques. Cela rappelle également, le rôle primordial du Universal Digital Payments Network (UDPN), un réseau lancé en 2023 qui vise à assurer l'interopérabilité entre les stablecoins et les monnaies digitales dans le monde. Cette initiative s'inscrit dans un contexte où les banques explorent activement les possibilités des stablecoins, avec des enjeux liés à l'interopérabilité et à la souveraineté en Europe.

De son côté, l'Argentine adopte officiellement le Bitcoin dans un contexte de crise économique, rejoignant la tendance mondiale de reconnaissance des cryptomonnaies.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	1
INFRASTRUCTURE & SUPPORT DE PAIEMENT	3
La banque russe Tinkoff lance une caméra financière intelligente	Erreur ! Signet non défini.
Helix by Q2 propose une personnalisation extrême de la carte	5
EPI réalise un tournant majeur avec les premières transactions de Paiement Instantané en Europe	6
Bizum prépare une riposte à EPI	7
CaixaBank révolutionne l'expérience d'achat pour les personnes aveugles avec ses terminaux de paiement accessibles	8
TPE, ENCAISSEMENT & PAIEMENT RETAIL	10
BPCE relève le défi de gérer la billetterie des Jeux Olympiques Paris 2024	10
Mastercard lance un assistant shopping doté d'une IA générative	12
PAIEMENT FRACTIONNE	14
Walmart et Affirm étendent le BNPL dans les magasins américains	14
Google s'associe à Affirm et Zip pour intégrer des options de BNPL à Google Pay	16
FRAUDE & CYBERSECURITE	17
Santander renforce ses mesures contre la fraude sur Facebook Marketplace	17
STRATEGIE D'ACTEUR	19
Adyen accélère sur le marché du retail	19
SumUp lève 285 millions d'euros supplémentaires pour continuer de croître	21
Apple autorise ses concurrents à utiliser sa technologie NFC en réponse à la Commission européenne	23
Pluxee, la nouvelle entité de Sodexo, s'apprête à conquérir les marchés : une stratégie de scission pour renforcer l'avenir	25
MONNAIE DIGITALE & WEB 3	26
La Corée du Sud veut lancer un projet pilote de CBDC sur 100 000 citoyens en 2024	26
Deutsche Bank, Galaxy Digital et Flow Traders s'associent pour lancer un stablecoin en Euro	28
Worldline développe le Metaverse Shopping Hub	30
L'Argentine pionnière dans l'adoption du Bitcoin : une révolution économique en marche	32
ETUDES & CONJONCTURES	34
La France se distingue comme un laboratoire dynamique des évolutions dans le paysage des paiements électroniques en Europe	34

Infrastructure & Support de paiement

Tinkoff utilise la reconnaissance d'image pour déclencher des transactions financières

Russie – Infrastructure & Support de Paiement – 08/12/2023

La banque [Tinkoff](#) propose désormais une utilisation inédite de l'appareil photo des smartphones sur lesquels tourne son application. Elle est en effet capable de reconnaître des objets ainsi que des opérations financières et même, de déclencher elle-même des transactions. Ce lancement représente une première sur le marché bancaire russe, mais aussi une innovation qui pourrait inspirer les acteurs d'autres zones géographiques pour rendre les transactions financières plus intuitives.

LES FAITS

- Les utilisateurs de l'application Tinkoff peuvent désormais utiliser la caméra de leur smartphone pour faciliter la gestion de certaines de leurs opérations financières.
- Ils doivent pour cela pointer l'appareil photo vers un document (comme une facture de services publics) pour numériser le document, analyser l'image et déclencher le paiement demandé. Ce mode de lecture automatique s'applique aussi à des opérations de transferts d'argent, de paiements instantanés et de dons à des œuvres caritatives.
- Techniquement, la caméra intelligente combine les technologies de vision par ordinateur et de traitement du langage naturel développées par le Tinkoff Center for Artificial Intelligence Technologies.
- L'appareil photo reconnaît ainsi les coordonnées bancaires sans utiliser de code QR. Les utilisateurs n'ont donc pas besoin de saisir manuellement les informations de paiement.
- Cette fonctionnalité reconnaît également les numéros de téléphone pour les transferts d'argent. La caméra intelligente scanne le numéro de téléphone transmis via l'application Tinkoff.
- Le client peut aussi pointer son téléphone sur son animal de compagnie pour déclencher un don à une association de protection des animaux.

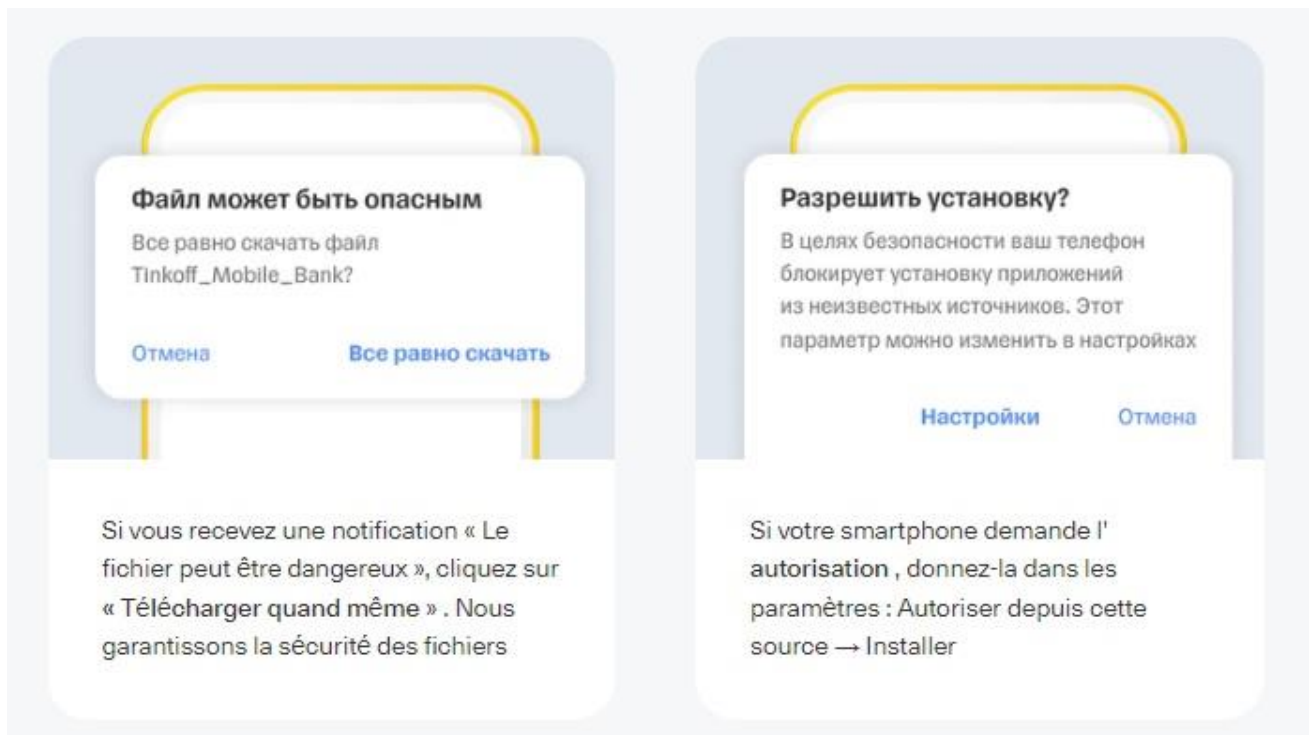
ENJEUX

- **La reconnaissance d'image et l'automatisation pour permettre aux clients une expérience en un clic :** les utilisateurs peuvent en effet effectuer diverses tâches financières en un seul clic. La technologie de vision par ordinateur identifie différents objets et reconnaît les chiffres et le texte manuscrits sur n'importe quelle surface. À cette fin, une IA qui s'appuie des réseaux de neurones entraînés sur de grandes quantités de données est utilisée. Cette combinaison de technologie permet une simplification de l'expérience client qui n'a plus qu'à pointer ce qu'il voit pour déclencher des actions ; la banque entre ainsi dans les gestes quotidiens de son client.
- **Une opération commerciale pour doubler les dons des clients réalisées à l'aide de cette fonctionnalité :** jusqu'au 31 décembre, Tinkoff doublera chaque don de ses clients effectué à des œuvres caritatives qui aident les animaux abandonnés.

MISE EN PERSPECTIVE

- En 2019, [la banque russe Tinkov avait lancé une nouvelle application mobile Beyond Banking qui combine des services financiers classiques avec des services de loisirs et de style de vie](#). L'application de Tinkoff était alors présentée comme une "super app".
- Pour diversifier davantage les services non financiers, [la banque russe Tinkoff avait également annoncé un partenariat avec Spotify](#). Ce partenariat offre des avantages de cashback et la sécurité des paiements récurrents.
- De plus, [le chatbot de Tinkoff s'était également spécialisé dans la lutte contre la fraude](#). Le chatbot Oleg était disponible dans une nouvelle version bêta appelée Defender Oleg pour tous les clients Tinkoff. Un chatbot ayant pour but d'aider les utilisateurs à éviter le spam, à gérer les appels téléphoniques indésirables, les approches marketing intrusives et, de manière générale, toute approche indésirable ou autre demande commerciale émanant de tiers.

Source : [Retail Banking International](#)



Helix by Q2 propose une personnalisation extrême de la carte

International – Infrastructure & Support de Paiement – 13/12/2023

Helix by Q2 annonce le lancement d'une nouvelle API permettant d'introduire davantage de personnalisation, non pas au moment de l'émission de la carte, mais au moment de gérer les autorisations de transaction. Cette flexibilité permet à l'entreprise de rendre son parcours plus individualisé et plus fluide.

LES FAITS

- Helix by Q2 propose en effet une option de personnalisation dynamique lors de l'exécution des transactions.
- Via son API In Auth, Helix redonne la main à son client pour déterminer à chaque transaction les critères qui doivent rentrer en ligne de compte pour l'autorisation.
- En fonction du client, le contexte de la transaction est analysé pour permettre de lever certaines limites budgétaires de façon dynamique ou bien pour autoriser une transaction eu égard au contexte.
- Un cas d'utilisation majeur concerne la détection de fraude, où Helix donne aux entreprises la liberté de définir leurs propres règles, renforçant ainsi la protection du porteur tout en assurant une expérience sans friction.
- Le système peut également être utilisé pour mettre en place des limites budgétaires, par exemple pour les cartes destinées à des enfants, avec des contrôles spécifiques aux catégories de dépenses et aux commerçants.

ENJEUX

- **Une délégation d'une étape cruciale via une simple API :** Helix délègue une étape cruciale à ses clients, du moins en partie, en leur proposant de revalider ou non une transaction après avoir pris en compte l'analyse du contexte de la transaction. Cette solution induit forcément un risque à prendre par le commerçant dans le cadre d'un parcours d'authentification forte, mais pourrait séduire ceux d'entre eux qui sont les plus performants dans leur gestion de l'analyse de risque, pour limiter toute friction dans le parcours.

MISE EN PERSPECTIVE

- Cette démarche de personnalisation dynamique au moment des transactions vient en complément des phases de personnalisation en amont, notamment au moment de l'émission de la carte et de son paramétrage. On retrouve notamment cette personnalisation dans l'émission des cartes prépayées, ou encore dans le cas des paiements dirigés (pour les personnes vulnérables, par exemple).

Source : [Site officiel](#)



EPI réalise un tournant majeur avec les premières transactions de Paiement Instantané en Europe

Europe – Infrastructure & Support de Paiement – 15/12/2023

L'European Payments Initiative (EPI) célèbre le succès de la première transaction de paiement instantané réalisée entre les clients Sparkasse Elbe-Elster en Allemagne et la Banque Populaire et Caisse d'Epargne en France, marquant une avancée significative dans le lancement de [Wero](#). La démonstration transparente de la première transaction de 10 euros a souligné l'efficacité de la technologie utilisée. Avec cette réalisation, EPI s'engage dans l'introduction des moyens de paiement de compte à compte avec la perspective ambitieuse de redéfinir le paysage européen des paiements, notamment à travers l'intégration de Wero dans les applications bancaires et le lancement commercial de cette solution prévue pour 2024.

LES FAITS

- Le 14 décembre 2023, l'European Payments Initiative (EPI) célèbre le succès de la première opération de paiement instantanée de compte à compte avec sa solution Wero.
- Cette avancée majeure a été rendue possible grâce à des tests concrets significatifs entre les clients Sparkasse Elbe-Elster en Allemagne et Banque Populaire et Caisse d'Epargne (Groupe BPCE) en France.
- La première transaction d'un montant de 10 euros a été exécutée en toute transparence, démontrant l'efficacité de la technologie de paiement avancée utilisée par les équipes des deux banques.
- Martina Weimert, CEO d'EPI, a souligné l'importance de cette journée en déclarant : "Ce jour marque une étape importante pour EPI et pour le paysage européen des paiements dans son ensemble. La réussite de nos premières transactions de paiement instantané de compte à compte avec Wero démontre notre capacité à apporter de la valeur aux consommateurs et commerçants en Europe."

ENJEUX

- **Cette réussite marque une étape cruciale pour EPI :** dans l'implémentation de moyens de paiement entre comptes basés sur SCT Inst et son portefeuille numérique. EPI a démontré la faisabilité de sa solution en Europe en rendant les transactions fluides tout au long de la journée.
- **Vers l'Europe des Paiements Instantanés :** cette avancée fait partie du projet global d'EPI visant à transformer les cas d'utilisation des paiements et les services associés, dans le but de redéfinir la manière dont les transactions financières sont effectuées en Europe. Cette évolution veut redéfinir le paysage des paiements en Europe, ouvrant la voie à une ère de transactions financières rapides, sécurisées et pleinement intégrées.

MISE EN PERSPECTIVE

- Selon la feuille de route définie, Wero sera intégré aux applications des banques membres de l'EPI et sera également disponible en application mobile autonome sur les plateformes Android et iOS.
- EPI prépare activement le lancement commercial de Wero en France, en Belgique et en Allemagne en 2024, avec des projets ambitieux d'expansion ultérieure aux Pays-Bas et dans d'autres pays.

Source : [Communiqué de presse](#)



Bizum prépare une riposte à EPI

Europe – Infrastructure & Support de Paiement – 19/12/2023

Alors que l'European Payments Initiative ([EPI](#)) vient de [célébrer](#) le succès de sa première transaction de paiement instantané, le service de paiement mobile espagnol [Bizum](#) vient d'annoncer la signature de son partenariat avec Bancomat, l'opérateur italien de guichets automatiques à l'origine du service de paiement en ligne Bancomat Pay, et SIBS, le réseau de paiement portugais propriétaire du fournisseur de paiement mobile MB WAY. Cette collaboration vise à créer une synergie entre les trois entités pour offrir des solutions de paiement plus efficaces et interconnectées.

LES FAITS

- Le rapprochement de trois grands acteurs du paiement en Europe doit permettre aux Italiens, aux Espagnols et aux Portugais de réaliser des paiements mobiles instantanés, y compris entre leurs différents pays.
- La nouvelle solution devra en effet simplifier les transactions transfrontalières, améliorant ainsi l'expérience des utilisateurs et favorisant l'adoption de ces systèmes de paiement numériques.
- Les trois partenaires fondateurs entendent par ailleurs mobiliser d'autres acteurs pour favoriser le pouvoir unificateur de leur solution en précisant que leur accord était ouvert à la participation ultérieure d'autres prestataires de paiement européens.
- Les premières opérations de paiement entre particuliers via le système des trois nouveaux partenaires devront débuter en 2024.

ENJEUX

- **Renforcer sa compétitivité** : Bizum organise aujourd'hui la résistance face à des systèmes de paiement gérés par des géants internationaux. En unissant leurs forces, Bizum, Bancomat, et SIBS aspirent en effet à offrir une alternative européenne robuste et intégrée aux services de paiement existants.
- **Contribuer au développement d'une offre de paiement unifiée** : Le nouveau partenariat de Bizum, Bancomat et SIBS défend les mêmes objectifs qu'EPI, en soulignant vouloir proposer une solution de paiement unifiée à l'échelle européenne.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les ambitions de la nouvelle alliance de Bizum, SIBS et Bancomat entrent en concurrence directe avec EPI, qui porte les mêmes promesses.
- Les trois porteurs de ce nouveau projet s'appuient néanmoins sur leur force de frappe actuelle pour défendre la légitimité de leur projet ; Bizum, Bancomat Pay et MB WAY fournissent des services de paiements à 42,7 millions de personnes dans leurs trois pays. Ces derniers ont effectué un total de 1,47 milliard de paiements en valeur en 2023.

Source : [Reuters](#)



CaixaBank révolutionne l'expérience d'achat pour les personnes aveugles avec ses terminaux de paiement accessibles

International – Infrastructure & Support de Paiement – 22/12/2023

CaixaBank, en collaboration avec l'ONCE et par l'intermédiaire de son prestataire de services Comercia Global Payments, a introduit une fonctionnalité visant à améliorer l'expérience d'achat des personnes aveugles. L'initiative se concentre sur la mise à niveau des terminaux de point de vente (POS) tactiles alimentés par Android de dernière génération, les rendant plus accessibles aux personnes souffrant de déficiences visuelles.

LES FAITS

- La nouvelle fonctionnalité, mise en œuvre par CaixaBank et Comercia Global Payments, permet aux personnes aveugles de réaliser des achats de manière indépendante et sécurisée dans des établissements équipés de ces terminaux de point de vente tactiles adaptés.
- Lancée en partenariat avec l'ONCE, la fonctionnalité se met à jour automatiquement sur tous les derniers appareils Android POS fournis par CaixaBank aux différents établissements, renforçant la sécurité des paiements effectués par les personnes malvoyantes qui dépendent actuellement de l'aide d'autrui pour les transactions et la saisie du code PIN.
- L'activation du "Mode Accessible" sur le terminal POS implique un double clic simple sur le bouton situé dans le coin inférieur gauche de l'écran de paiement.
- Une fois activée, une voix guide l'utilisateur sur le montant à payer et fournit des instructions pour finaliser la transaction à l'aide d'une carte.
- Si un code PIN est nécessaire, un écran spécial apparaît avec des instructions vocales sur la saisie du code.
- Après une mise en œuvre réussie dans des entreprises pilotes, la nouvelle fonctionnalité est déjà disponible sur les terminaux de point de vente nouvellement activés, avec des mises à jour prévues de décembre au premier trimestre de 2024 pour les terminaux existants.

ENJEUX

- **L'introduction de cette fonctionnalité représente une avancée significative vers une plus grande indépendance financière pour les personnes malvoyantes :** en réduisant la dépendance à l'assistance externe, CaixaBank aborde un problème critique rencontré par cette population pour les transactions quotidiennes.
- **Favoriser l'inclusivité et l'accès aux services financiers pour tous :** cette initiative s'inscrit dans l'objectif plus large de la société de favoriser l'inclusivité et un accès égal aux services financiers pour tous. L'engagement de CaixaBank envers l'accessibilité va au-delà des agences physiques, avec la majorité (86%) adoptant un concept "sans obstacles" pour éliminer les obstacles à l'intérieur et autour de ses installations. De plus, 99% du réseau d'agences de la banque a été adapté pour accueillir les personnes en situation de handicap, notamment avec la possibilité pour les personnes malvoyantes d'utiliser la navigation à guidage vocal et un clavier braille.
- **Cette amélioration profite non seulement aux personnes atteintes de déficiences visuelles, mais renforce également le leadership de CaixaBank dans le secteur des services de détail :** avec une part de marché de 31,1% et plus de 310 000 terminaux Android POS, CaixaBank se positionne comme un acteur clé engagé à répondre aux besoins diversifiés de sa clientèle.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'intégration du "Mode Accessible" fait partie de l'engagement plus large de CaixaBank envers l'accessibilité, comme en témoigne des initiatives telles que le "Braille Pack" introduit en collaboration avec l'ONCE. Ce service précédent, lancé l'année dernière, permet aux personnes malvoyantes d'utiliser n'importe quel type de carte avec un codage braille.
- Les canaux numériques ne sont pas négligés dans les efforts d'accessibilité de CaixaBank. Par exemple, l'application mobile CaixaBankNow intègre des fonctionnalités telles que des contrastes de couleurs et des tailles de police adaptés aux personnes malvoyantes.
- L'orientation vers une banque inclusive est étayée par l'innovation technologique, CaixaBank développant activement de nouveaux modèles pour répondre aux besoins évolutifs de ses clients. Cela s'aligne non seulement sur la vision de la banque, mais reflète également une tendance plus large de l'industrie à exploiter la technologie pour le bien social.

Source : [Communiqué de presse](#)



TPE, Encaissement & Paiement Retail

BPCE relève le défi de gérer la billetterie des Jeux Olympiques Paris 2024

International – TPE, Encaissement & Paiement Retail – 01/12/2023

BPCE est l'opérateur unique en charge de la commercialisation des billets pour les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. L'entreprise a commencé cette semaine à vendre 400 000 nouveaux billets dans le cadre d'un projet pilote grâce à son infrastructure de paiement dédiée.

LES FAITS

- Depuis l'ouverture de la billetterie en février dernier, 7,2 millions de billets pour les Jeux Olympiques de Paris 2024 ont déjà été vendus, sur un total de 10 millions prévus pour les Jeux Olympiques (13 millions en incluant les Jeux Paralympiques).
- Jeudi, le Comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques (COJOP) a lancé 400 000 nouveaux billets pour les Jeux de Paris 2024, couvrant tous les sports olympiques, et pas seulement la cérémonie d'ouverture.
- BPCE, qui travaille sur le projet depuis près de deux ans, est l'unique responsable de la billetterie de Paris 2024 et partenaire premium de l'événement, aux côtés d'Orange, EDF ou LVMH.
- Il y a déjà eu différentes étapes de vente en février, mai, juillet et à partir d'octobre pour les Jeux Paralympiques (2,8 millions de billets attendus).
- Pour mener à bien sa mission, BPCE a mobilisé pendant 18 mois une équipe d'environ 50 collaborateurs alliant compétences techniques et opérationnelles et expertise en matière de lutte contre la fraude.
- Au total, environ 800 000 opérations ont été traitées via le système BPCE, sans incident particulier à ce jour. Le groupe affiche un "taux de réussite de 96 %, supérieur à la moyenne du marché de 90 %".
- Après la vente de ce jeudi, une nouvelle revente et échange des billets déjà achetés est prévue en avril 2024.

ENJEUX

- **Mettre en place un système de paiement capable de fonctionner dans tous les pays et avec cinq opérateurs** : ainsi, pour Paris 2024, le premier défi est de créer un système qui fonctionne dans 178 pays en utilisant cinq fournisseurs de paiement différents : Visa, Mastercard, CB, Union Pay (Chine) et JCB (Japon). De plus, BPCE devait pouvoir supporter un rythme de vente de billets de 300 billets par seconde.
- **Gérer la plus grande billetterie au monde** : ce projet est unique pour BPCE. Il doit relever le défi de gérer la plus grande billetterie du monde en quelques mois seulement.
- **Les JO, un potentiel futur levier de croissance pour séduire de nouveaux clients** : BPCE souhaite s'appuyer sur cette expérience et la visibilité que va lui attribuer les jeux olympiques pour continuer à se perfectionner dans les paiements et attirer de nouveaux clients.

MISE EN PERSPECTIVE

- En mars 2022, [le COJO l'a nommé pour gérer toutes les opérations liées à la vente des billets après s'être assuré que BPCE en était capable](#). Alors que les derniers JO avait mobilisé différents prestataires pour réaliser les ventes de billets dans les différents pays.
- BPCE a [également exploité l'infrastructure de sa filiale de paiement Payplug pour migrer son infrastructure vers le cloud](#) afin de gagner en flexibilité et de mieux répondre aux pics de charge, en mobilisant les capacités informatiques en fonction des besoins.
- Avant de relever ce défi, [BPCE s'est spécifiquement tourné vers Voyages-sncf.com](#) pour acquérir de l'expérience, notamment sur les pics de charge, comme la vente massive de billets lors des départs en vacances.

Source : [Communiqué de Presse](#)



PARTENAIRE
PREMIUM



Mastercard lance un assistant shopping doté d'une IA générative

International – TPE, Encaissement & Paiement Retail – 04/12/2023

Mastercard a lancé un outil d'intelligence artificielle (IA) générative qui agit comme un assistant personnel pour les acheteurs. Shopping Muse est destiné aux retailers et à toute entreprise souhaitant accompagner le shopping de ses clients en s'appuyant sur l'analyse linguistique que permet l'IA générative. Avec les progrès technologiques très rapides de l'IA, c'est un champ de perspectives immense qui s'ouvre pour les commerçants et pour Mastercard qui se pose en accompagnateur de cette révolution.

LES FAITS

- La solution d'IA générative utilisée pour Shopping Muse a été déployée par Dynamic Yield, une entreprise détenue par Mastercard depuis 2001.
- Dynamic Yield propose aux retailers des solutions basées sur l'analyse de données pour leur permettre de personnaliser leurs parcours d'achat, quels que soient les canaux envisagés. C'est dans ce cadre que l'entreprise a travaillé sur le développement d'un moteur d'IA générative destinée aux parcours online des commerçants.
- Shopping Muse vise ainsi à recréer sur les canaux à distance l'expérience d'achat en magasin en dotant les clients d'un assistant shopping capable de "traduire" le langage naturel des utilisateurs pour recommander ou suggérer des produits personnalisés.
- Les recommandations sont basées sur le profil et les préférences d'achat du consommateur, dont la connaissance est acquise peu à peu par l'IA.

ENJEUX

- **Offrir une expérience client augmentée et omnicanale :** l'IA générative permet aux clients d'effectuer des achats en ligne plus immersifs et plus personnalisés, levant ainsi quelques freins à l'e-commerce. Cette technologie permet de naviguer plus facilement dans le catalogue du commerçant et de bénéficier peu à peu de suggestions "intelligentes". Cette hyper personnalisation offre ainsi aux clients une expérience d'achat unique.
- **L'essor des assistants vocaux alimentés par l'IA vient aussi booster le commerce mobile :** la personnalisation est un aspect central de l'expérience client, et les assistants d'achat vocaux peuvent exploiter les données pour créer des expériences adaptées aux préférences de chaque utilisateur. Un enjeu qui devrait aussi faciliter le commerce sur mobile et ouvre de nouvelles perspectives aux commerçants.

MISE EN PERSPECTIVE

- Une [étude récente de PYMNTS](#) a montré que la majorité des consommateurs exprime au moins un certain intérêt pour l'utilisation de l'IA pour effectuer des achats : au total, 44 % ont déclaré qu'ils étaient intéressés pour tester cette technologie dans le cadre d'un achat.
- Parmi les entreprises qui capitalisent sur cet intérêt, citons Instacart, [qui a annoncé en mai qu'elle combinait son IA et ses données avec la technologie ChatGPT d'OpenAI pour introduire Ask Instacart](#), une fonction de recherche pouvant donner des suggestions et des réponses aux questions.
- Il y a longtemps que Mastercard travaille sur les technologies permettant de fluidifier l'expérience client, dans tous les contextes d'achat. Derniers exemples en date : un [partenariat avec MoonPay](#) pour adresser le cas du commerce dans le métavers ; ou encore [un accord avec Mercedes](#) pour le paiement in-car.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paieement fractionné

Walmart et Affirm étendent le BNPL dans les magasins américains

Etats-Unis – Paiement Fractionné – 28/12/2023

Walmart étend son partenariat avec Affirm, intégrant des options "Buy Now, Pay Later" dans plus de 4 500 magasins américains, répondant ainsi à une demande croissante des consommateurs (54%) pour des paiements flexibles. Cette stratégie, en accord avec la tendance mondiale des options de paiement flexibles, renforce la position concurrentielle de Walmart et Affirm dans le secteur en évolution rapide du BNPL, soulignant l'importance de l'adaptation constante des entreprises aux préférences changeantes des consommateurs.

LES FAITS

- Walmart a récemment élargi son partenariat avec Affirm, le fournisseur de services "Buy Now, Pay Later" (BNPL), pour intégrer des options d'achat immédiat et de paiement différé dans les bornes de paiement en libre-service de plus de 4 500 magasins aux États-Unis.
- Cette collaboration vise à offrir aux clients des choix de paiement flexibles, notamment des paiements échelonnés, dans les "Supercenters" de Walmart, sur son site Web, dans son application, ainsi que dans les centres Walmart Vision et Auto.
- L'extension de cette alliance entre Walmart et Affirm répond à une demande croissante des consommateurs américains, où plus de la moitié (54 %) recherche des options "Buy Now, Pay Later" à la caisse.

ENJEUX

- **Offrir plus de flexibilité aux consommateurs :** la flexibilité de paiement offerte par Affirm aide non seulement les clients à mieux gérer leur budget, mais elle est également devenue un facteur déterminant pour conclure des transactions, comme l'indique l'étude récente d'Affirm.
- **Renforcer la position de Walmart et Affirm :** avec une concurrence croissante dans le secteur du BNPL, cette stratégie renforce la position de Walmart et Affirm sur le marché américain.

MISE EN PERSPECTIVE

- En élargissant son offre BNPL avec Affirm, Walmart s'inscrit dans la tendance mondiale croissante des options de paiement flexibles, soulignée par des accords similaires entre Affirm et d'autres géants du commerce, tels qu'Amazon et Target.
- Alors que le BNPL gagne en popularité, cette expansion reflète la volonté des détaillants de répondre aux préférences des consommateurs en matière de paiement.
- Dans un contexte plus large, l'évolution du paysage financier, où les méthodes de paiement traditionnelles cèdent la place à des solutions plus flexibles, démontre l'importance de l'adaptation continue des entreprises pour rester compétitives.

Source : [Communiqué de presse](#)



Google s'associe à Affirm et Zip pour intégrer des options de BNPL à Google Pay

Etats-Unis – Paiement fractionné – 20/12/2023

Google Pay élargit ses services en partenariat avec Affirm et Zip pour intégrer des options de paiement fractionné (BNPL) aux Etats-Unis. La diversification des partenariats de Google indique une stratégie visant à cibler différents segments de clientèle, alimentant la concurrence intense entre les géants technologiques pour s'approprier le marché du BNPL.

LES FAITS

- Google Pay, cherchant à élargir ses services au-delà des paiements simples, a annoncé un partenariat avec les sociétés Affirm et Zip pour introduire des options de paiement fractionné (BNPL) via son application.
- Cette initiative fait suite à la collaboration de Google Pay avec l'acteur financier indien DMI Finance en 2022, proposant des prêts personnels.
- L'intégration des solutions BNPL de Zip et Affirm dans Google Pay débutera en pilote au premier trimestre de 2024, permettant aux utilisateurs américains de sélectionner leur option préférée lors des paiements en ligne.
- Google Pay s'ajoute à la liste des services de paiement proposant des options BNPL, suivant les lancements récents d'Apple Pay Later et d'Amazon avec Affirm.
- Les solutions Zip et Affirm seront déployées en phase pilote, avec des bannières promotionnelles sur Google Pay pour informer les utilisateurs des options disponibles.

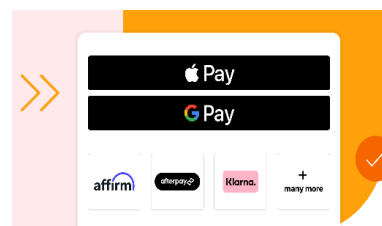
ENJEUX

- **Le BNPL a toujours le vent en poupe** : le BNPL est de plus en plus prisé malgré la remontée des taux, avec des acteurs majeurs comme Affirm et Klarna annonçant des résultats financiers solides.
- **L'arrivée de Google dans le BNPL** : l'adoption croissante du BNPL est une tendance majeure pour 2024, et l'entrée de Google dans cet espace pourrait accentuer cette dynamique.
- **Un double partenariat pour offrir une meilleure expérience de BNPL** : le choix de Zip et Affirm comme partenaires suggère que Google cherche à offrir une variété d'options aux consommateurs, élargissant ainsi sa portée sur différents segments de clientèle.

MISE EN PERSPECTIVE

- Cette initiative, succédant à la collaboration avec DMI Finance en 2022, prévoit le lancement en pilote au premier trimestre de 2024, soulignant l'importance croissante du BNPL pour l'année à venir.
- Ce mouvement reflète la compétition croissante entre les géants de la tech pour capturer une part du marché BNPL, stimulant ainsi l'adoption de cette méthode de paiement en 2024.

Source : [Communiqué de presse](#)



Fraude & Cybersécurité

Santander renforce ses mesures contre la fraude sur Facebook Marketplace

International – Fraude & Cybersécurité – 27/12/2023

Santander a récemment pris des mesures importantes pour protéger ses clients contre les escroqueries liées à Facebook Marketplace. Cette initiative vise particulièrement à sécuriser les transactions d'argent effectuées via les services bancaires mobiles ou en ligne, spécifiquement pour l'achat d'articles sur cette plateforme de vente en ligne.

LES FAITS

- Désormais, les clients de Santander recevront des avertissements personnalisés signalant les risques potentiels associés à l'achat de biens sur Facebook Marketplace.
- De plus, lorsqu'un client tente de réaliser un virement bancaire, il lui sera demandé s'il a eu l'occasion de voir l'article en personne.
- En cas de réponse négative, le virement bancaire ne sera pas autorisé, incitant ainsi le client à effectuer des vérifications supplémentaires sur l'article et à envisager des méthodes de paiement plus sécurisées.
- Cette décision de renforcer les mesures de sécurité intervient suite à des révélations inquiétantes de la part de la banque.
- En effet, Santander a informé que ses clients ont subi des pertes s'élevant à près de 6,5 millions de livres sterling en raison d'escroqueries sur Facebook Marketplace en 2023, ce qui représente une augmentation significative de près de 50 % par rapport à l'année précédente.

ENJEUX

- **Le rapport Authorise Push Payments (APP) de la banque a également mis en lumière le fait que plus de 70 % des escroqueries liées à des achats sur Facebook Marketplace proviennent des médias sociaux :** cette situation alarmante souligne la nécessité pour les institutions financières de mettre en place des mécanismes de protection plus robustes face à l'évolution des stratagèmes utilisés par les fraudeurs.
- **Santander, consciente des défis actuels, anticipe également la mise en œuvre prochaine d'un nouveau système de remboursement obligatoire pour les fraudes APP, annoncé par le régulateur des systèmes de paiement :** ces nouvelles règles, en vigueur à partir du 7 octobre 2024, imposeront aux banques et aux sociétés de paiement de rembourser les clients victimes de ce type de fraude, avec une répartition des coûts à 50/50 entre les expéditeurs et les destinataires des paiements.

MISE EN PERSPECTIVE

- Chris Ainsley, responsable de la gestion des risques de fraude chez Santander, souligne l'urgence d'agir dans ce contexte de vulnérabilité croissante des consommateurs face aux escroqueries sur Facebook Marketplace. À l'approche des fêtes de fin d'année, la banque espère dissuader les clients de remettre de l'argent à des fraudeurs potentiels en renforçant les mesures de protection existantes.
- Ainsley encourage la vigilance chez les consommateurs lorsqu'ils effectuent des achats en ligne et insiste sur l'importance de ne pas acheter d'articles sans les avoir vus en personne. Il recommande également

l'utilisation de méthodes de paiement fiables telles que les cartes de débit ou de crédit. En fin de compte, cette initiative de Santander s'inscrit dans une démarche proactive visant à sensibiliser les clients et à les inciter à adopter des comportements plus sûrs dans l'environnement complexe des transactions en ligne, en particulier sur les plateformes telles que Facebook Marketplace.

Source : [Communiqué de presse](#)



Stratégie d'acteur

Adyen accélère sur le marché du retail

International – Stratégie d'acteur – 06/12/2023

Adyen a entamé une coopération à long terme en matière de paiements avec le géant du retail, group S, en Finlande et en Estonie. De plus, Adyen vient également annoncer devenir l'acquéreur unique de Klarna dans toutes ses géographies. Ces deux annonces marquantes montrent l'accélération d'Adyen sur le segment du retail et sa capacité à gérer des contrats mondiaux, comme c'est le cas pour Klarna.

LES FAITS

- L'objectif du premier partenariat est d'aider S Group à offrir une expérience omnicanal en connectant tous les canaux en ligne et hors ligne et à créer des programmes de fidélité pour toutes les marques du groupe : S-Market, Alepa, Sale, Prisma, les stations-service ABC, Sokos Hotels, Rosso ou encore Amarillo.
- S Group prévoit d'utiliser Adyen sur tous les canaux de vente, y compris les magasins, les boutiques en ligne et les applications mobiles. Plus de 1 900 sites Web et canaux en ligne sont concernés, permettant ainsi au groupe S d'obtenir des informations sur le comportement de paiement des consommateurs sur tous les points de contact.
- Du côté de Klarna, Adyen vient d'élargir le partenariat existant :
 - La société a notamment élargi son partenariat mondial avec Klarna, lui permettant de bénéficier de ses capacités d'acquisition et de simplifier les paiements par carte pour ses clients.
 - Adyen vise à simplifier les paiements pour les 150 millions d'utilisateurs de Klarna dans le monde.
 - Adyen avait précédemment mis les méthodes de paiement Klarna à la disposition de ses clients, notamment les paiements instantanés sans frais et les options de paiement différé.

ENJEUX

- **En quête d'une expérience client améliorée au moment du paiement** : grâce à ce partenariat, S Group vise à améliorer l'expérience client lors de la fourniture de services quotidiens dans les épiceries, les hôtels, les restaurants, les grands magasins, les stations-service, etc. Cela passera notamment par l'intégration de nouveaux modèles de terminaux de paiement et de méthodes de paiement supplémentaires sur les canaux de vente.
- **Adyen assume le rôle de banque acquéreur pour Klarna** : le partenariat entre les deux sociétés est entré dans une nouvelle phase, Adyen assumant le rôle d'acquéreur pour le compte de Klarna. Les opérations devraient démarrer en Europe, en Amérique du Nord et en Asie en 2024.

MISE EN PERSPECTIVE

- En janvier 2022, [Klarna a introduit sa carte de crédit Visa au Royaume-Uni](#), offrant aux utilisateurs la possibilité de différer le paiement de leurs achats jusqu'à 30 jours, alignant ainsi cette offre sur le produit en ligne existant, connu sous le nom de "Pay in 30".

- Lors de son lancement aux États-Unis cet été, la société a enregistré un million de consommateurs sur sa liste d'attente pour la carte payante, [introduisant ainsi le service "Pay in 4" dans une version physique de la carte Visa](#).
- En novembre 2023, [Adyen a dévoilé Capital, une solution visant à fournir des financements aux PME utilisatrices de sa plateforme en Australie](#). Cette initiative a été conçue pour simplifier l'accès des entreprises utilisant la plateforme au financement, tout en offrant aux PME une possibilité de financement basée sur leurs données de paiement historiques.

Source : [Communiqué de presse](#)



SumUp lève 285 millions d'euros supplémentaires pour continuer de croître

International – Stratégie d'acteur – 11/12/2023

SumUp, la fintech qui fournit des paiements et des services associés à environ 4 millions de petites et moyennes entreprises en Europe, aux États-Unis et en Australie, a obtenu un financement de 285 millions d'euros pour continuer à croître et à survivre dans un environnement complexe pour les fintechs.

LES FAITS

- La startup basée à Londres a levé 285 millions d'euros (un peu moins de 307 millions de dollars).
- La société prévoit d'utiliser ce financement pour développer davantage ses activités en introduisant des services financiers supplémentaires, comme :
 - Fournir des services de facturation, des programmes de fidélité, des comptes professionnels, etc.,
 - Mettre l'accent sur les lecteurs de cartes et autres outils de point de vente
 - Et étendre ses zones géographiques au-delà des 36 actuellement actives.
- SumUp prévoit également une croissance inorganique, avec des fusions et acquisitions.
- Sixth Street Growth a mené ce dernier cycle, avec la participation des précédents investisseurs Bain Capital Tech Opportunities, Fin Capital et Liquidity Group.
- SumUp a désormais levé environ 1,5 milliard de dollars, selon les données de PitchBook.
- Selon SumUp, la société est valorisée à plus de 8,5 milliards d'euros, affiche un EBITDA positif depuis le quatrième trimestre 2022 et constate chaque une augmentation de son chiffre d'affaires de plus de 30 %.
- SumUp déclare détenir environ 4 millions de clients dans le monde, soit exactement le même nombre qu'il y a deux ans.

ENJEUX

- **Un contexte de marché difficile pour les fintechs :** selon S&P, la société est actuellement dans une conjoncture de marché difficile pour les startups et les fintechs. Ils sont confrontés à un environnement de financement nettement plus restreint, affichant une baisse de 36 % à l'échelle mondiale au dernier trimestre.
- **Une valorisation en chute libre pour SumUp :** dans le même temps, la valorisation de 8,5 milliards de dollars par rapport à 2022 représente une réduction significative par rapport aux 20 milliards d'euros (21,5 milliards de dollars) que SumUp visait.
- **Une levée de fond afin de retrouver la croissance :** SumUp a levé des capitaux pour continuer à innover et lancer de nouveaux services afin de regagner des parts de marché. L'objectif de ce financement est également de renouer avec la croissance, de manière inorganique, grâce à une stratégie d'acquisition, à l'image de FiveStars en 2021.

MISE EN PERSPECTIVE

- [SumUp a acquis la startup de fidélisation Fivestars en 2021](#), lui donnant une longueur d'avance aux États-Unis et introduisant également de nouveaux services sur sa plateforme.
- Pour rappel, le [dernier financement de SumUp en août concernait une ligne de crédit de 100 millions de dollars](#).
- Les sociétés de technologie de paiement en Europe et aux États-Unis sont également confrontées à une surveillance accrue et à des ralentissements de leurs activités. PayPal et Square, deux sociétés américaines cotées en bourse qui concurrencent directement SumUp, ont vu le cours de leurs actions et leur capitalisation boursière baisser depuis 2022. [Stripe, par exemple, a perdu près de la moitié de sa valeur, à 50 milliards de dollars cette année](#).

Source : [Le Monde](#)



Apple autorise ses concurrents à utiliser sa technologie NFC en réponse à la Commission européenne

Etats-Unis – Stratégie d'acteur – 07/12/2023

Apple répond aux accusations d'abus de position dominante de la Commission européenne en ouvrant l'accès au NFC sur ses iPhones aux développeurs tiers. La Commission reproche à Apple de limiter l'accès à sa technologie NFC, favorisant ainsi son service Apple Pay et créant un monopole. Pour éviter des amendes, Apple propose cette ouverture, mais elle doit encore être approuvée par Bruxelles après consultation des développeurs et clients. En parallèle, Apple fait face à un recours aux États-Unis, où elle est accusée d'entraver l'utilisation de la technologie "tap to pay" par des développeurs tiers.

LES FAITS

- Dans le cadre du procès antitrust en cours en Europe, Apple s'apprête à permettre l'accès au NFC (Near-Field Communication) sur ses iPhones aux développeurs tiers.
- Cette décision vise à répondre aux accusations d'abus de position dominante portées par la Commission européenne depuis mai 2022.
- Actuellement, Apple restreignait l'utilisation de sa technologie Tap-and-Go, basée sur le NFC, aux seuls utilisateurs d'Apple Pay, créant ainsi un monopole sur le marché des wallets de l'écosystème iOS.
- La proposition d'Apple d'ouvrir son système de paiement Tap-and-Go à la concurrence est une réponse directe aux pressions de l'Union européenne.
- Cette concession partielle vise à montrer la volonté d'Apple de se conformer aux réglementations en vigueur et de faire des compromis sur des détails plutôt que d'ouvrir entièrement son écosystème, comme le souhaite l'UE.

ENJEUX

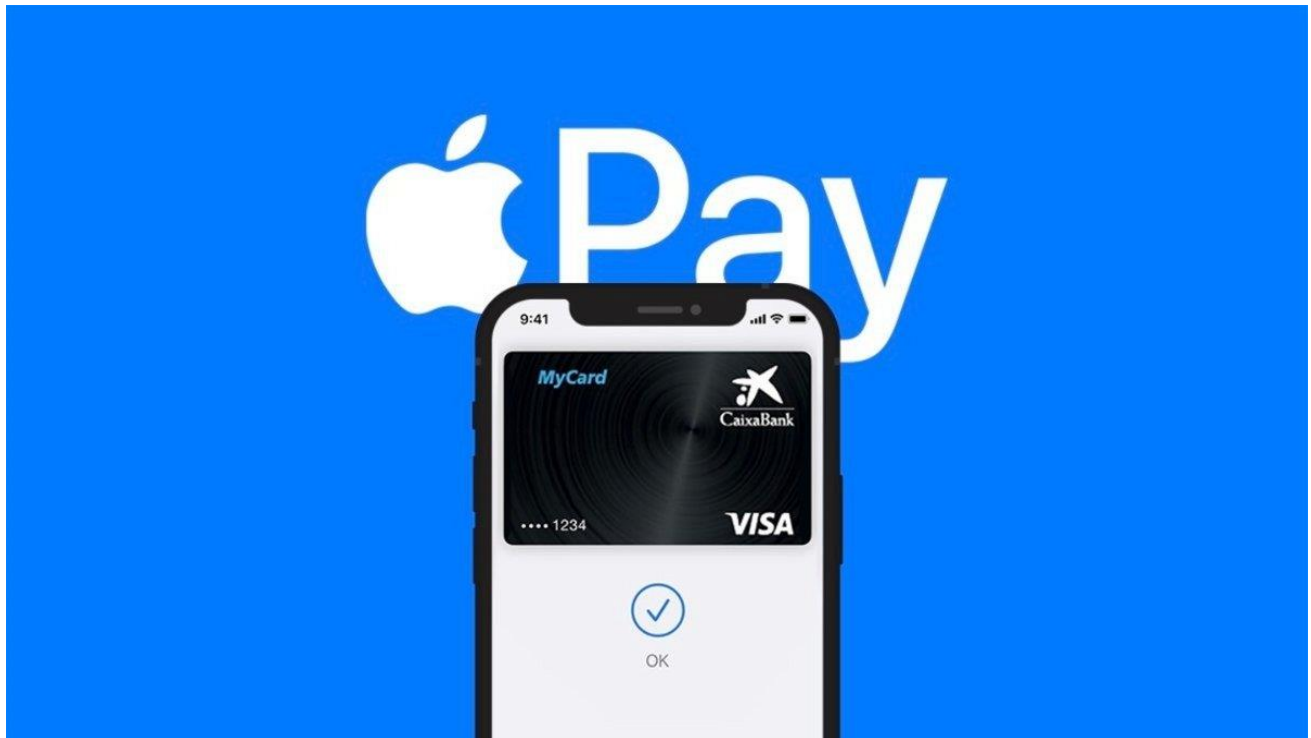
- **La Commission européenne reproche à Apple d'entraver la concurrence en limitant l'accès à sa technologie NFC, ce qui favorise son propre service, Apple Pay :** en ouvrant cette technologie aux développeurs tiers, Apple cherche à éviter une éventuelle amende et à répondre aux préoccupations des autorités européennes.
 - Bruxelles prévoit de consulter les développeurs et les clients le mois prochain pour recueillir leurs avis avant de prendre une décision qui pourrait inclure une amende et une injonction mettant fin à la pratique actuelle.
- **Apple est également confrontée à un recours collectif aux États-Unis, où elle est accusée d'entraver l'utilisation de la technologie "tap to pay" par des développeurs tiers :** un juge américain a récemment reconnu la validité des allégations selon lesquelles Apple Pay impose des frais excessifs aux développeurs, renforçant ainsi les arguments des plaignants sur la tentative de monopolisation d'Apple.

MISE EN PERSPECTIVE

- Si cette décision peut être perçue comme un pas vers une concurrence plus équitable, il reste à voir si elle sera suffisante pour satisfaire les autorités européennes. La Commission devra évaluer l'impact de cette proposition sur le marché des wallets et déterminer si cela permettra réellement de stimuler l'innovation et de favoriser une concurrence saine.

- L'affaire illustre les défis croissants auxquels Apple est confrontée en matière de régulation, tant en Europe qu'aux États-Unis, où les enjeux juridiques pourraient façonner l'avenir de l'écosystème Apple et de l'industrie des paiements mobiles.

Source : [Usine Digitale](#)



Pluxee, la nouvelle entité de Sodexo, s'apprête à conquérir les marchés : une stratégie de scission pour renforcer l'avenir

Europe – Stratégie d'acteur – 26/12/2023

Sodexo prévoit de mettre en Bourse sa nouvelle entité Pluxee le 1er février 2024, après avoir scindé ses activités avantages aux salariés, incluant les titres-restaurants. La scission vise à renforcer chaque entité, avec Pluxee affichant un chiffre d'affaires de 1,09 milliard d'euros, présente dans 31 pays.

LES FAITS

- Le groupe de restauration collective et de services Sodexo a annoncé son intention de mettre en Bourse sa nouvelle entité Pluxee le 1er février 2024, suite à une scission de ses activités avantages aux salariés, englobant notamment les titres-restaurants.
- La séparation stratégique avait été envisagée dès avril de l'année précédente, dans le but de renforcer chaque entité et de permettre à Pluxee de réaliser son plein potentiel.
- Pluxee, axée sur les titres restaurants, prévoit de renforcer son cœur de métier dans tous les pays où elle opère, la France représentant moins de 12 % du volume total.
- Pour les exercices 2024 et 2025, Sodexo anticipe une croissance interne du chiffre d'affaires entre 6 et 8 % par an, hors Pluxee, ainsi qu'une augmentation de la marge d'exploitation.
- La cotation de Pluxee le 1er février marquera une étape majeure dans cette stratégie de restructuration du groupe.

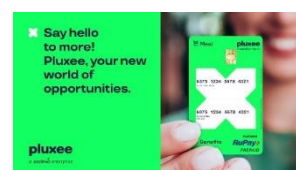
ENJEUX

- **Cette scission stratégique vise à renforcer la position de chaque entité, en s'appuyant sur une gouvernance dédiée et une structure de capital appropriée :** Pluxee, présente dans 31 pays avec plus de 500 000 clients et 36 millions de consommateurs, affiche un chiffre d'affaires de 1,09 milliard d'euros pour l'exercice 2022-2023, enregistrant une hausse significative. Maintenant immatriculée aux Pays-Bas, cette nouvelle entité permettra à la famille Bellon de conserver un rôle d'actionnaire de contrôle à long terme.
- **Cette scission n'aura pas d'impact conséquent sur le quotidien de l'entreprise :** le directeur général de Pluxee, Aurélien Sonet, souligne que la scission n'aura qu'un impact limité sur le quotidien de l'entreprise, avec une continuité dans l'actionnariat et la stratégie.

MISE EN PERSPECTIVE

- Parallèlement, Sodexo a signé un accord de cession de sa division « aide à domicile » en septembre, se concentrant davantage sur l'activité de restauration et les services aux entreprises d'entretien des bâtiments.
- Cette scission vise à offrir à cette activité en pleine croissance la possibilité de se développer de manière autonome, tout en assumant un positionnement plus technologique et en accompagnant un contexte porteur. La démarche s'inscrit dans la lignée des mouvements similaires de son rival, Edenred.

Source : [Communiqué de presse](#)



Monnaie Digitale & Web 3

La Corée du Sud veut lancer un projet pilote de CBDC sur 100 000 citoyens en 2024

Corée du Sud – Monnaie Digitale & Web 3 – 05/12/2023

La Corée du Sud est confrontée à un tournant important dans le développement de son système monétaire. En fait, le pays se prépare à commencer à tester sa propre monnaie numérique de banque centrale (CBDC). Cette initiative ambitieuse est prévue pour le quatrième trimestre 2024 et devrait impliquer 100 000 citoyens (soit environ 0,2 % de la population sud-coréenne).

LES FAITS

- La Banque de Corée (BOK) a récemment annoncé son intention de suivre la tendance croissante des monnaies digitales de banques centrales et annonce le lancement d'un projet pilote prévu pour le T4 2024.
- LA BOK pilotera cet effort en collaboration avec la Commission des services financiers (FSC) et le Service de surveillance financière (FSS).
- Cette expérimentation concernera 0,2% de la population sud-coréenne, soit environ 100 000 personnes.
- Les participants auront le droit exclusif d'utiliser les jetons émis par les banques commerciales sous la forme de CBDC.
 - Toutefois, cela se limitera à l'achat de biens et exclut d'autres utilisations telles que les envois de fonds.
 - Cette restriction semble être une mesure délibérée visant à évaluer l'acceptabilité des CBDC dans des circonstances spécifiques tout en minimisant les risques associés à une mise en œuvre plus large.
- Des projets pilotes seront mis en œuvre dans des régions telles que Jeju, Busan et Incheon.
 - Ces localisations ont été sélectionnées pour leur représentativité et leur diversité économique, constituant un terrain d'essai idéal pour observer l'interaction entre les CBDC et l'économie réelle.

ENJEUX

- **La CBDC une solution potentielle pour répondre aux défis actuels :** la CBDC est considérée par la BOK comme la réponse aux défis découlant du système de subventions gouvernementales existant. Ces problèmes sont souvent compliqués par des frais de transaction élevés, des retards de traitement et des risques de fraude.
 - Les CBDC offrent une solution potentielle à ces défis actuels et garantissent l'efficacité et la sécurité des transactions financières.
- **Un projet pilote qui pourrait inspirer le reste du monde :** le projet pilote CBDC en Corée du Sud représente une étape importante dans le développement du système monétaire. Cette initiative vise à évaluer l'impact de la CBDC sur les mouvements monétaires nationaux et à apporter des réponses aux défis des paiements actuels.

- L'expérience de la Corée du Sud devrait donc contribuer à la réflexion mondiale sur l'avenir des monnaies numériques.

MISE EN PERSPECTIVE

- De nombreuses banques centrales de pays développés envisagent activement l'introduction de CBDC en réponse à l'évolution des préférences des consommateurs et à la baisse de l'utilisation des espèces.
- Cependant, alors que les pays adoptent la CBDC, Augustin Carstens, directeur de la Banque des règlements internationaux (BRI), souligne l'importance de disposer d'un cadre réglementaire.
 - L'objectif est d'introduire de manière fluide et efficace ces monnaies numériques dans le monde entier.

Source : [Communiqué de presse](#)



Deutsche Bank, Galaxy Digital et Flow Traders s'associent pour lancer un stablecoin en Euro

Allemagne – Monnaie Digitale & Web 3 – 18/12/2023

La Deutsche Bank s'allie à Galaxy Digital et Flow Traders pour lancer le stablecoin en Euro, AllUnity, via sa branche DWS, avec un lancement prévu dans les 12 à 18 mois sous l'approbation de la BaFin allemande. Stefan Hoops de DWS souligne que AllUnity vise à faciliter le règlement sécurisé en chaîne pour divers usages. Le partenariat s'inscrit dans une tendance croissante d'exploration des stablecoins par les institutions financières, illustrant l'intérêt croissant pour les actifs numériques et soulignant le rôle potentiel de l'Universal Digital Payments Network (UDPN) dans l'adoption généralisée des actifs tokenisés.

LES FAITS

- La Deutsche Bank, en partenariat avec Galaxy Digital et Flow Traders, se prépare à lancer un stablecoin en Euro appelé AllUnity.
- DWS, la branche de gestion d'actifs de la Deutsche Bank, a annoncé la création d'AllUnity, une coentreprise destinée à émettre un stablecoin en Euro.
- La tokenisation et le stockage des actifs numériques seront gérés par GK8, une filiale de Galaxy.
- Le lancement de ce stablecoin est prévu dans les 12 à 18 prochains mois, sous réserve de l'approbation du régulateur allemand BaFin.
- Stefan Hoops, PDG de DWS, souligne qu'AllUnity vise à combler le fossé entre les écosystèmes financiers traditionnels et numériques, facilitant ainsi le règlement sécurisé en chaîne pour une utilisation institutionnelle, d'entreprise et privée.
- Mike Novogratz, PDG de Galaxy, considère que les monnaies numériques sont l'évolution naturelle du système de paiement mondial, et ce partenariat ouvre la voie à une adoption plus large des actifs numériques.

ENJEUX

- **Une introduction des banques dans l'univers crypto :** l'annonce de la Deutsche Bank de lancer un stablecoin en Euro reflète l'intérêt croissant du secteur financier traditionnel pour l'industrie crypto en pleine expansion. Le partenariat entre la Deutsche Bank, Galaxy Digital et Flow Traders s'inscrit dans un contexte plus large où les institutions financières explorent activement les possibilités offertes par les stablecoins.
- **L'interopérabilité pour des stablecoins en euros :** AllUnity vise à offrir une solution stable, ouverte, fongible et interopérable en Euro, favorisant ainsi l'accès mondial aux actifs numériques.
- **Un enjeu de souveraineté en Europe :** Le secteur des stablecoins est actuellement dominé par Tether et son jeton USDT, avec une capitalisation dépassant les 90 milliards de dollars.

MISE EN PERSPECTIVE

- Un récent test entre la Deutsche Bank et la Standard Chartered Bank a démontré la faisabilité d'échanges de stablecoins entre grandes institutions bancaires sur la blockchain Ethereum. Ce test s'inscrit dans le cadre du projet Universal Digital Payments Network (UDPN), visant à connecter les monnaies numériques de banques centrales et les stablecoins réglementés entre les banques commerciales à travers le monde.

- L'UDPN, dont la commercialisation est prévue à la fin de 2023, pourrait jouer un rôle crucial dans l'adoption généralisée des actifs tokenisés et renforcer l'interopérabilité entre les différentes monnaies numériques.
- En somme, l'initiative d'AllUnity par la Deutsche Bank marque une avancée significative dans l'exploration des possibilités offertes par les stablecoins en Euro, contribuant ainsi à l'évolution du paysage financier vers une économie mondiale décentralisée.

Source : [Communiqué de presse](#)



Worldline développe le Metaverse Shopping Hub

International – Monnaie digitale & Web 3 – 21/12/2023

Worldline dévoile le Worldline Metaverse Shopping Hub sur Spatial, améliorant l'expérience des commerçants dans le Metaverse avec des avancées graphiques et d'accessibilité. L'initiative répond à la projection de McKinsey, estimant le marché du commerce électronique du Metaverse à 2,6 billions de dollars d'ici 2030. Spatial, intégré après le succès sur Decentraland, offre des fonctionnalités innovantes, dont des chasses au trésor virtuelles, tandis que l'expansion en Allemagne et en Autriche via PAYONE renforce la portée géographique du Metaverse Shopping Hub. Worldline se positionne ainsi en tant qu'acteur clé dans le commerce Metaverse en offrant des solutions avant-gardistes pour les commerçants.

LES FAITS

- Worldline a lancé le Worldline Metaverse Shopping Hub au sein de Spatial, présentant une amélioration significative de sa solution en marque blanche pour les marchands entrant dans le Metaverse.
- Cette extension de la plateforme promet des avancées majeures en termes de qualité graphique et d'accessibilité pour les commerces en ligne, pour les ordinateurs de bureau, les appareils mobiles et les équipements de réalité virtuelle.
- McKinsey prévoit que le marché du commerce électronique du Metaverse atteindra 2,6 billions de dollars d'ici 2030, ce qui fait de cette extension de plateforme une opportunité d'accéder au Metavers.
- Après le lancement réussi du Worldline Metaverse Shopping Hub en début d'année sur Decentraland, Worldline intègre maintenant Spatial, établissant ainsi un Metaverse Shopping Hub sur différentes plateformes du Metaverse.
- Reconnaisant l'influence transformatrice des jeux sur le monde numérique, la deuxième saison de Spatial introduit de nouvelles méthodes d'engagement des clients, telles que des chasses au trésor virtuelles où les utilisateurs peuvent collecter des œufs numériques en échange de récompenses NFT et de cartes communautaires.

ENJEUX

- **Cette initiative marque le début de méthodes inventives permettant aux commerçants de créer des expériences client dans le Metaverse :** en engageant les clients par le biais de diverses méthodes, Worldline vise à aider les commerçants à établir des relations plus solides dans le nouvel environnement du Metaverse. Les commerçants peuvent établir leur présence initiale dans le Metaverse avec le Worldline Metaverse Shopping Hub, en s'appuyant sur des offres complémentaires, en matière de publicité dans le Metaverse, d'expériences phygiales, de solutions de réalité augmentée etc.
- **Spatial améliore considérablement l'accessibilité, en permettant aux clients d'entrer dans le Metaverse par d'autres moyens que les ordinateurs, y compris les casques de réalité virtuelle et les smartphones :** l'accessibilité ne se limite pas au matériel, mais englobe également diverses options de paiement. L'offre de Worldline comprend jusqu'à 150 méthodes de paiement, allant des cartes de crédit et de débit standard aux portefeuilles numériques tels que PayPal, aux paiements mobiles via Apple Pay et aux services tels que Buy Now, Pay Later.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'expansion en Allemagne et en Autriche par le biais de PAYONE, une coentreprise entre Worldline et l'Association allemande des banques d'épargne (DSV Group), ajoute une dimension géographique au Metaverse Shopping Hub. A partir du premier trimestre 2024, PAYONE distribuera la solution Worldline

Metaverse White Label dans ces régions. PAYONE souligne son engagement à apporter des innovations sur les marchés de paiement allemand et autrichien, en soutenant les commerçants avec des solutions de commerce omnicanal.

- Le lancement par Worldline du Metaverse Shopping Hub et son expansion par l'intermédiaire de Spatial et de PAYONE soulignent l'engagement de l'entreprise à proposer des solutions pionnières dans le paysage évolutif du commerce numérique. Alors que le commerce Metaverse continue de prendre de l'ampleur, Worldline se positionne comme un acteur clé, offrant aux commerçants des outils de pointe pour prospérer dans cette nouvelle ère d'engagement des consommateurs.

Source : [Communiqué de presse](#)



L'Argentine pionnière dans l'adoption du Bitcoin : une révolution économique en marche

Argentine – Monnaie Digitale & Web 3 – 29/12/2023

L'Argentine veut s'ériger en pionnière dans l'adoption officielle des cryptomonnaies, ouvrant ainsi un nouveau chapitre dans l'histoire économique du pays et rejoignant le mouvement mondial vers la reconnaissance accrue des cryptomonnaies.

LES FAITS

- Le nouveau gouvernement argentin, dirigé par le président Javier Milei, a récemment pris une décision audacieuse en reconnaissant officiellement les contrats libellés en Bitcoin et autres cryptomonnaies devant les tribunaux du pays.
- Diana Modino, la ministre argentine des Relations étrangères et du Commerce international, a déclaré sur le réseau social X que "les contrats peuvent être conclus en bitcoin", ouvrant ainsi la voie à une utilisation plus généralisée des cryptomonnaies dans l'économie argentine.
- Cette décision s'inscrit dans le contexte d'une économie en proie à une hyperinflation, avec une inflation dépassant les 160 % sur un an.
- Le président Milei, élu sur un programme axé sur la réduction de l'intervention de l'État et la stabilisation économique du pays, a également exprimé sa volonté de dollariser l'économie argentine pour atténuer les effets de l'inflation.

ENJEUX

- **L'adoption officielle des cryptomonnaies en Argentine intervient à un moment où la population cherche des alternatives aux fluctuations politico-économiques, notamment face à une inflation proche de 90 % et à la dévaluation du peso :** dans ce contexte, de nombreux Argentins ont déjà embrassé les cryptomonnaies, plaçant l'Argentine en 15e position du classement mondial des pays adoptant le plus les cryptos en 2023, selon le cabinet Chainalysis.
- **Cette décision historique de l'Argentine d'adopter officiellement le Bitcoin dans son système économique s'aligne sur une tendance mondiale de reconnaissance croissante des cryptomonnaies :** la déclaration de la ministre Modino s'inscrit dans le cadre de mesures économiques d'urgence prises par le gouvernement argentin, telles que la dévaluation du peso de plus de 50 %, la réduction des subventions et l'ouverture à la privatisation d'entreprises publiques. Dans le même temps, le président Milei, en favorisant la dollarisation de l'économie, cherche à apporter une stabilité à un pays souffrant d'une crise économique aiguë.
- **Face à ces changements, la population argentine montre un intérêt croissant pour les cryptomonnaies en tant que moyen de protéger ses économies des fluctuations monétaires :** près de 60 % de la population estime que le Bitcoin peut maintenir la valeur de leurs économies sur une période de deux ans, selon un sondage du cabinet de conseil "Morning Consult".

MISE EN PERSPECTIVE

- Alors que l'Argentine embrasse les cryptomonnaies, [Singapour, autrefois considéré comme un havre pour les acteurs des cryptomonnaies, adopte une approche plus stricte](#). L'Autorité monétaire de Singapour met en garde contre la spéculation excessive autour des cryptoactifs et envisage des règles

plus strictes, illustrant la diversité des approches adoptées par les nations face à la montée en puissance des cryptomonnaies.

- En parallèle, un autre mouvement s'inscrit dans la tendance croissante, soulignant l'intérêt croissant des institutions financières à explorer les actifs numériques, avec notamment, un engouement pour les stablecoins. Ces développements reflètent une dynamique mondiale croissante en faveur de l'exploration des cryptomonnaies et des technologies de paiement innovantes.
- La [Deutsche Bank, en partenariat avec Galaxy Digital et Flow Traders, prévoit de lancer son stablecoin en Euro](#), AllUnity, via sa branche DWS, avec une approbation prévue de la BaFin allemande dans les 12 à 18 mois. De son côté, [la Corée du Sud prévoit un projet pilote de sa propre monnaie numérique de banque centrale \(CBDC\)](#) impliquant 100 000 citoyens d'ici le quatrième trimestre 2024. [Visa cherche également à accélérer les paiements transfrontaliers avec des stablecoins](#), étendant ses capacités avec Crypto.com, Worldpay et Nuvei via la blockchain Solana.

Source : [X](#)



Etudes & Conjonctures

La France se distingue comme un laboratoire dynamique des évolutions dans le paysage des paiements électroniques en Europe

Europe – Etudes & Conjonctures – 12/12/2023

La France se présente comme un laboratoire dynamique dans le développement des paiements électroniques en Europe, avec une baisse constante de l'utilisation des espèces au profit des cartes bancaires, qui représentent désormais la moitié de la valeur des paiements. Les Français sont leaders en Europe dans l'utilisation des cartes bancaires, contrairement aux Allemands et aux Italiens qui sont moins enclins à les utiliser. L'émergence des paiements sans contact (20% des transactions) et le paiement mobile (qui triple depuis 2020) soulève des questions de sécurité et de réglementation. Cette transformation, qui reflète les tendances européennes, nécessite un ajustement continu des réglementations pour accompagner le développement de moyens de paiement innovants.

LES FAITS

- L'utilisation des espèces en France a connu une baisse constante au cours des cinq dernières années, passant de régler une dépense sur trois en 2012 à seulement une sur cinq aujourd'hui.
- La carte bancaire a émergé comme le principal moyen de paiement, représentant maintenant un paiement sur deux en termes de valeur.
- Les Français se démarquent en tant que champions d'Europe de l'utilisation de la carte bancaire, avec un quart des paiements par carte effectués sur le continent se déroulant en France.
- Comparativement, les Allemands et les Italiens utilisent beaucoup moins fréquemment la carte bancaire.
- Au fil du temps, la carte bancaire a conquis de nouveaux territoires, devenant un mode de paiement courant même dans des commerces traditionnellement associés à l'utilisation d'espèces, tels que les boulangeries.
- Christophe Baud-Berthier, directeur des activités fiduciaires à la Banque de France, souligne l'évolution significative dans les habitudes de paiement : "Il y a quelques années, on considérait que dans ce type de commerces, les paiements se faisaient quasi exclusivement avec des pièces ou des billets. Aujourd'hui, une part très importante des paiements se fait par carte."
- Par ailleurs, les Français ont délaissé le chèque, qui représente désormais seulement 3% des paiements, par rapport à plus de 25% en 2006, bien qu'ils demeurent les plus grands utilisateurs de ce moyen de paiement en Europe.

ENJEUX

- **L'émergence de nouveaux modes de paiement, en particulier le sans contact et le paiement mobile** : le sans contact s'est solidement installé dans les habitudes quotidiennes des Français, représentant près de 20% de leurs dépenses, contre seulement 2% en 2017. Cette croissance rapide est attribuée à l'héritage de la crise sanitaire, qui a favorisé les transactions sans contact, ainsi qu'à l'évolution des réglementations.
- **Parallèlement, le paiement mobile a également émergé comme une alternative en plein essor** : depuis 2020, son utilisation a presque triplé, démontrant une adoption rapide de cette

technologie. Ces évolutions soulèvent des enjeux en termes de sécurité, de régulation et de transformation des habitudes de consommation.

MISE EN PERSPECTIVE

- La transformation des habitudes de paiement en France reflète une tendance européenne plus large, avec les Français se positionnant en tête de cette évolution. La carte bancaire, autrefois limitée à des transactions plus importantes, s'est désormais intégrée aux achats quotidiens, détrônant progressivement les espèces. L'émergence du sans contact et du paiement par téléphone souligne la recherche constante d'efficacité et de praticité dans les transactions financières.
- Cependant, ces changements suscitent également des questions sur la sécurité des transactions électroniques et la protection des données personnelles. La réglementation devra suivre le rythme de cette révolution numérique pour garantir une utilisation sécurisée et éthique de ces nouveaux modes de paiement.
- En conclusion, la France se distingue comme un laboratoire dynamique des évolutions dans le paysage des paiements électroniques en Europe. Les tendances actuelles soulignent la nécessité d'une adaptation continue des réglementations et des infrastructures pour accompagner cette transition vers des moyens de paiement plus innovants et pratiques.

Source : [Communiqué de presse](#)

