



Les faits marquants du mois

Paiement Retail – Le SoftPos se déploie en France et en Europe

- **FRANCE – CB** est maintenant disponible sur la solution Tap to Pay de **Viva.com**
- **PAYS-BAS – Rabobank** va utiliser la solution Tap to Pay du français **Dejamobile**

CB est désormais accessible sur la solution Tap to Pay de Viva.com, en faisant ainsi le premier acquéreur à proposer CB sur cette solution sur iPhone en France. L'intégration de CB dans le Tap to Pay représente une étape majeure pour le réseau français, lui permettant de rivaliser avec ses concurrents dans un domaine en pleine expansion.

Pour convaincre les commerçants français d'adopter leur solution, l'entreprise mise sur l'accessibilité aux technologies innovantes. Bien que la plupart des cartes françaises soient co-badgées avec Visa ou Mastercard, CB reste le schéma de référence en France.

De son côté, Rabobank s'associe à Dejamobile pour offrir à ses clients une solution Tap to Pay complète via l'application Rabo SmartPin. Cette solution, intégrée à la solution SoftPOS de Dejamobile, permet aux commerçants d'accepter les paiements sans contact sur leurs téléphones mobiles, tout en offrant des fonctionnalités de caisse et de gestion avancées. Ce partenariat ouvre de nouvelles perspectives à Dejamobile grâce à la présence importante de Rabobank aux Pays-Bas et dans le monde.

Enfin, tout récemment, BNP Paribas a annoncé le lancement prochain de son offre de Tap to Pay sous sa marque Axepta et BPCE propose désormais le soft POS pour l'acceptation des paiements Visa, Mastercard et CB sur Android, après avoir été un pionnier sur Apple.

Stratégie d'acteur – Les schèmes innovent pour fidéliser leurs clients

- **FRANCE – Visa** annonce le lancement du Click to Pay en France
- **EUROPE – Nexi** s'appuie sur **Mastercard** pour promouvoir les paiements de compte à compte
- **INTERNATIONAL – Mastercard** et **Alipay** s'associent pour les transferts de fonds internationaux

Visa lance le Click to Pay en France lors d'un événement majeur pour l'e-commerce, offrant aux commerçants une solution rapide et sécurisée pour les paiements en ligne. Cette initiative vise à réduire les abandons de paniers et à améliorer l'expérience d'achat des consommateurs.

Le partenariat entre Mastercard et Alipay ouvre de nouvelles possibilités de transferts de fonds internationaux, renforçant ainsi la présence de Mastercard sur le marché mondial.

Enfin, Nexi et Mastercard collaborent pour promouvoir les paiements de compte à compte en Europe, offrant aux commerçants des parcours de paiement fluides et rapides face à la concurrence à venir d'EPI et de l'euro numérique.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
INFRASTRUCTURE & SUPPORT DE PAIEMENT	3
CaixaBank et Correos révolutionnent l'accès à l'argent liquide en Espagne	3
Le Groupe BPCE et Garmin officialisent le lancement de Garmin Pay en France	5
Umpqua Bank lance eCheck, une solution alternative au chèque classique	7
AXA propose une carte de paiement virtuelle pour régler les soins de santé	9
PAIEMENT B2B	10
La FDJ et Sanef s'associent pour faciliter les paiements sur les autoroutes en flux libre	10
Klarna adopte le virement open-banking au Royaume-Uni	12
L'atout crée l'agrégateur des avantages aux salariés	13
MoneyGram simplifie les transferts d'argent grâce à Trustly	15
Mastercard et Alipay s'associent pour les transferts de fonds internationaux	16
TPE, ENCAISSEMENT & PAIEMENT RETAIL	18
CB est maintenant disponible sur la solution Tap to Pay de Viva.com	18
Open banking: nexi s'appuie sur Mastercard pour promouvoir les paiements de compte à compte	21
Knap prend de l'avance sur le marché du chariot intelligent	22
Visa annonce le lancement du Click to Pay en France	24
Rabobank va utiliser la solution Tap to Pay du français Dejamobile	26
Visa et Mastercard réduisent les commissions commerçantes	28
PAIEMENT FRACTIONNE	30
American Express relance le Buy Now Pay Later au Royaume-Uni	30
Qonto dévoile sa propre offre de financement en paiement fractionné	32
STRATEGIE D'ACTEUR	33
Crédit Agricole anticipe le passage à la facturation électronique grâce à Kolecto et Doxallia	33
Gocardless en passe de racheter Nuapay	35
Mollie lance son offre de financement en France	37
MONNAIE DIGITALE & WEB 3	39
N26 Crypto débarque en France	39

Infrastructure & Support de paiement

CaixaBank et Correos révolutionnent l'accès à l'argent liquide en Espagne

Espagne – Paiement – 01/03/2024

[CaixaBank](#) et Correos ont lancé en Espagne un service de livraison d'espèces à domicile, répondant ainsi aux besoins des zones dépourvues d'agences bancaires. Les clients de CaixaBank peuvent demander par téléphone la livraison de 60 à 500 euros en liquide sans avoir besoin d'applications spéciales. Cette collaboration s'inscrit dans une démarche d'inclusion financière, visant à garantir un accès universel aux services bancaires, tout en s'adaptant aux évolutions numériques du secteur.

LES FAITS

- CaixaBank, en partenariat avec Correos, a donc dévoilé un nouveau service novateur en Espagne : la livraison d'espèces à domicile.
- Cette initiative vise à répondre aux besoins de près de 900 000 personnes vivant dans des villes dépourvues d'agences bancaires ou de distributeurs automatiques de billets.
- Concrètement, les clients de CaixaBank peuvent désormais demander par téléphone la livraison d'espèces à leur domicile, pour des montants allant de 60 à 500 euros.
- Les clients n'ont pas besoins d'applications spécialisées ou de smartphones. Ils peuvent simplement contacter CaixaBank via deux numéros de téléphone gratuit (900 40 40 90 ou 900 365 065) et demander que des espèces leur soient envoyées à leur domicile dans n'importe quelle ville du pays.
- Une fois la demande activée par CaixaBank, Correos, à travers son réseau de 2 388 agences et ses plus de 30 000 facteurs (dont près de 6 000 facteurs ruraux), permet la livraison de l'argent au domicile du client, avec toutes les garanties de sécurité.
- CaixaBank n'applique aucun coût supplémentaire au service en plus du tarif appliqué par Correos pour la livraison à domicile, qui est fixé à 7,15 € par demande.
- Le client peut annuler la livraison, sans pénalité, jusqu'au moment où le facteur part pour commencer la livraison.

ENJEUX

- **Faciliter l'accès à l'argent liquide depuis n'importe quel endroit du pays, en particulier dans les zones rurales où la désertification bancaire devient une réalité préoccupante** : cette initiative s'inscrit dans une démarche d'inclusion financière visant à garantir que tous les citoyens, qu'ils vivent en milieu urbain ou rural, aient accès à des services bancaires essentiels.
- **Cette collaboration entre CaixaBank et Correos témoigne d'une adaptation aux nouveaux besoins des clients dans un contexte de transformation numérique du secteur bancaire** : Il s'agit du premier service de demande téléphonique d'envoi d'espèces lancé en Espagne par une institution financière en collaboration avec Correos, qui le fournit dans le cadre de son service « Correos Cash ».
- **Faciliter le dépôt et le retrait d'argent en zone rurale** : l'accord entre Correos et Caixabank prévoit la possibilité, dans un deuxième temps, pour les clients de CaixaBank, de déposer et de retirer de l'argent

dans tous les points de service Correos. De cette manière, Correos mettra son réseau d'agences à la disposition de CaixaBank afin que les clients de la banque bénéficient d'un service renforcé et d'un meilleur accès aux liquidités.

MISE EN PERSPECTIVE

- Alors que de nombreuses banques réduisent leurs réseaux d'agences physiques, CaixaBank choisit d'innover en offrant un service de livraison d'espèces à domicile. Cette initiative soulève également des questions sur l'évolution du modèle bancaire et sur la manière dont les institutions financières peuvent maintenir un équilibre entre la digitalisation des services et le maintien d'un contact humain, en particulier pour les clients qui préfèrent les interactions en face-à-face.
- CaixaBank possède le plus vaste réseau d'agences bancaires et de guichets automatiques en Espagne, totalisant près de 4 000 agences et couvrant plus de 2 230 municipalités. En complément, la banque offre des services en face à face à travers des agences mobiles, bénéficiant à 783 populations rurales. Ces services permettent aux utilisateurs, clients ou non, d'effectuer diverses opérations bancaires, y compris les retraits, les dépôts et les paiements, dans des endroits dépourvus d'agences ou avec des restrictions d'accès aux services financiers.
- La question de la proximité ne concerne pas que l'Espagne. Récemment, [la Matmut a pris la décision d'entreprendre un ambitieux projet de réorganisation de ses agences](#). La "Maison Matmut" a pour objectif de rétablir une relation de proximité afin de faciliter les échanges entre les sociétaires et leurs gestionnaires.

Source : [Communiqué de presse](#)



Le Groupe BPCE et Garmin officialisent le lancement de Garmin Pay en France

France – Paiement – 05/03/2024

Le [Groupe BPCE](#) a annoncé la disponibilité de la solution Garmin Pay pour une partie des clients du groupe bancaire. Cela leur permettra de payer avec leur montre connectée [Garmin](#). Cette annonce est importante pour les deux acteurs car le projet a été lancé il y a quelques années maintenant. Il vient notamment confirmer la volonté de BPCE de devenir partenaire incontournable du milieu sportif en France.

LES FAITS

- Fin février, le Groupe BPCE a donc annoncé le lancement de Garmin Pay en partenariat avec Garmin, leader mondial des produits de navigation et fournisseur de montres connectées pour le sport.
- Développée en coopération avec BPCE Payment Services et Garmin, la solution de paiement doit permettre aux clients de Garmin, porteurs de cartes Visa émises par les différentes banques du groupe français, de payer directement avec leur montre connectée.
- Cela concerne particulièrement les clients des Banques Populaires, des Caisses d'épargne, du Crédit Coopératif, et de la Banque Palatine.
- Techniquement, Garmin Pay fonctionne comme un wallet traditionnel sécurisé. En effet, les coordonnées bancaires ne sont pas enregistrées dans la montre et ne sont pas transmises au commerçant lors d'un paiement.
- A l'instar des solutions semblables, les utilisateurs peuvent payer sans limite de montant et ne sont contraints qu'au plafond de leur carte.
- L'utilisation de Garmin Pay s'étend par ailleurs à plusieurs sociétés de transport dans le monde entier.

ENJEUX

- **Répondre aux besoins des sportifs** : La solution Garmin Pay s'adresse à tous mais particulièrement aux sportifs porteurs de montres connectés/traqueurs d'activité. En effet, le but est de leur permettre d'aller courir, faire du vélo ou autre, en laissant portefeuille et téléphone chez eux. En cas de besoin pendant une session de sport, ils peuvent effectuer un paiement avec leur montre, objet qu'ils utilisent déjà pour l'analyse de leurs performances.
- **Une solution innovante pour les clients des banques BPCE** : Ce partenariat vise à intégrer les cartes émises par les banques du Groupe BPCE dans la solution Garmin Pay. Cela s'inscrit dans une volonté défendue par le Groupe de simplifier le quotidien de ses clients mais aussi de promouvoir le sport en France.
- **Une alternative aux solutions existantes de paiement via les montres** : Garmin Pay est une initiative importante pour le fournisseur de montre car elle offre une alternative de paiement, tout en venant concurrencer les possibilités traditionnelles de paiement au poignet comme l'Apple Watch par exemple.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le Groupe BPCE concrétise une nouvelle fois sa volonté d'être le groupe bancaire de référence en matière de sport en France. Le groupe est déjà reconnu pour cet engagement puisqu'il a été [désigné par le Comité Olympique pour gérer à lui seul la billetterie des Jeux Olympiques 2024](#). C'est un défi de taille, qui permettrait à BPCE de prouver sa capacité à gérer un système de billetterie parmi les plus

importants du monde, surtout lorsque l'on sait que la plateforme peut avoir à supporter jusqu'à 300 ventes de billet à la seconde.

- [Ce partenariat entre Garmin et le Groupe BPCE a débuté en 2017](#). Depuis cette date, les acteurs effectuaient des tests, afin de préparer notamment le lancement de Garmin Pay à l'international.

Source : [Communiqué de presse](#)



Umpqua Bank lance eCheck, une solution alternative au chèque classique

Canada / Etats-Unis – Paiement – 08/03/2024

[Umpqua Bank](#) propose dorénavant aux professionnels une alternative aux chèques traditionnels. En effet, l'utilisation du chèque est encore très ancrée dans certains pays, ce qui pose des problématiques notamment financières aux institutions bancaires. Depuis quelques années, elles tentent donc de soustraire le chèque papier aux habitudes de paiement des derniers utilisateurs, grâce à des innovations plus ou moins convaincantes.

LES FAITS

- Umpqua Bank a entamé une collaboration avec Deluxe Payment Exchange pour transformer l'usage du chèque avec un nouveau produit : le « eCheck ».
- Le fonctionnement est très différent. En effet, c'est un courriel qui est envoyé au bénéficiaire et non un support physique, proposant ainsi une version dématérialisée du chèque.
- Le bénéficiaire peut ensuite choisir d'imprimer le chèque pour un traitement standard, ou bien demander le virement de la somme due sur son compte.
- Pour imprimer le chèque, il suffit d'une feuille A4 et d'une imprimante classique. Le chèque est imprimé comme un chèque traditionnel, associé à des informations complémentaires expliquant la démarche à suivre pour l'encaissement, qui se fait comme pour un chèque traditionnel.
- Si le bénéficiaire opte pour la deuxième option, 100 % numérique, plusieurs solutions de règlements s'offrent à lui comme des virements instantanés ou normaux, par Paypal, etc. Le bénéficiaire précise ensuite sur quel compte la somme doit être envoyée.
- Cette solution est disponible pour les entreprises seulement.

ENJEUX

- **Supprimer le support physique :** Le chèque est un moyen de paiement ancien et encore très utilisé dans les pays anglo-saxons ainsi qu'en France. L'aspect physique de son utilisation représente aujourd'hui un coût important pour les banques, qui veulent donc supprimer l'impression des chèques tout en proposant une alternative de transition. Et le eCheck a justement pour objectif de modifier l'usage du chèque en poussant les clients à ne plus passer par un support physique.
- **Une nouvelle étape à franchir :** Plusieurs solutions ont été testées pour pallier ce problème. Par exemple, il existe en Amérique un moyen de demander l'émission d'un chèque traditionnel depuis son compte en ligne. La banque s'occupe alors de faire le chèque et de l'envoyer au destinataire. Même si cela simplifie le processus pour le payeur et diminue le volume de carnets de chèques produits, cela ne règle pas pour autant le problème du support physique. eCheck va donc permettre de répondre à cela.

MISE EN PERSPECTIVE

- Alors que la majorité des pays européens ont abandonné le chèque, [les Français sont aujourd'hui à l'origine de 88 % des chèques émis dans l'Union européenne](#), selon les chiffres de la BCE. Même si leur utilisation a baissé depuis quelques années (en 2006, ils représentaient 26 % des paiements scripturaux contre 3 % en 2022 selon la Banque de France), ils sont encore présents en France notamment du fait de certaines habitudes comme le règlement d'une caution de logement, d'une sortie scolaire, etc.
- La disparition du chèque reste attendue pour plusieurs raisons :

- Sur le plan de la sécurité, le chèque est le moyen de paiement le moins sûr. Il est facilement falsifiable et comporte une exposition élevée aux risques de non-paiement.
- Ensuite, le chèque est un poids financier pour les banques. Cela est notamment dû aux coûts de production et d'envoi, aux investissements pour lutter contre la fraude, et au fait qu'en France, le chèque est gratuit pour son utilisateur du fait d'un accord passé entre l'Etat et les banques dans les années 1960.

Source : [Site officiel](#)



AXA propose une carte de paiement virtuelle pour régler les soins de santé

International – Paiement – 12/03/2024

Le géant de l'assurance [AXA](#) vient de présenter un nouveau dispositif porté spécifiquement par sa division spécialisée dans les solutions d'assurance santé internationale, AXA Global Healthcare. Celui-ci prend la forme d'une carte de paiement 100 % virtuelle, permettant à ses utilisateurs de payer leurs soins de santé. Une première étape dans la construction d'un wallet santé par AXA.

LES FAITS

- La nouvelle carte de paiement virtuelle Visa proposée par AXA Global HealthCare a été conçue en partenariat avec la FinTech spécialisée Nium.
- Elle se distingue notamment dans son usage, par sa limitation aux règlements des frais de santé. Elle permet à ses utilisateurs de régler ce type d'achat sans avoir à utiliser leurs fonds propres ou à justifier de leurs achats par la suite à leur assurance maladie.
- La carte est acceptée par les prestataires de soins de santé rattachés au réseau VISA pour leur encaissement, partout dans le monde donc. Elle est par ailleurs supportée par les wallet d'Apple et Google et accessible depuis une application AXA Global Healthcare Card.
- Son déploiement est prévu par étape, favorisant les retours d'expériences et d'éventuelles modifications avant une diffusion large.

ENJEUX

- **Faciliter le règlement des soins** : Selon une étude réalisée pour AXA par l'agence indépendante Ninety, la charge administrative liée aux demandes d'indemnisation des frais de santé apparaît comme un frein pour de nombreux assurés. Grâce à sa nouvelle carte, AXA leur propose de limiter ces tâches administratives au seul téléchargement, via l'application AXA Global Healthcare Card, de la facture relative aux soins couverts à rembourser.
- **Confirmer des ambitions plus larges** : AXA Global HealthCare précise que le lancement de sa carte virtuelle représente la première étape de sa feuille de route visant à fournir à ses membres un portefeuille numérique au sein duquel ils pourront, à terme, stocker et accéder à certains de leurs documents de santé, en particulier s'agissant de leur assurance maladie.

MISE EN PERSPECTIVE

- AXA démontre comment un grand groupe historique de l'assurance se trouve aujourd'hui capable de proposer une solution innovante capable de concurrencer les dispositifs des acteurs disruptifs.
- Un engagement d'autant plus important aujourd'hui dans la mesure où avec le foisonnement des offres sur le marché, les consommateurs sont de plus en plus attirés par les solutions innovantes des AssurTech notamment. Un constat confirmé par la septième édition de [l'étude](#) de Next Content, Capgemini Invent et Innovation&Trust sur l'expérience clients et les nouveaux services numériques dans l'assurance.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paiement B2B

La FDJ et Sanef s'associent pour faciliter les paiements sur les autoroutes en flux libre

France – Paiement – 07/03/2024

[La Française des jeux](#) a annoncé que les automobilistes auront bientôt la possibilité de payer leurs passages sur les autoroutes en flux libre directement dans les bureaux de tabac. La FDJ s'est associée au groupe [Sanef](#) pour pouvoir proposer ce service qui vient augmenter le nombre de solutions de proximité développée par la société de jeux. Même si son utilisation reste assez marginale pour l'instant avec une petite proportion de kilomètres couverts, les concurrents de Sanef se tournent également vers cette solution, qui pourrait donc se développer davantage.

LES FAITS

- Le groupe Sanef s'appuie sur Nirio, le service de paiement de la FDJ, pour proposer un moyen de paiement supplémentaire permettant de régler les passages sur les autoroutes A13 et A14 en flux libre, et donc de favoriser la suppression des péages physiques.
- Cette solution sera disponible à partir du 19 juin, date de mise en flux libre de l'A14.
- Concrètement, les tronçons en flux libre sont équipés de portiques qui identifient les véhicules. Une fois leur passage enregistré, les utilisateurs peuvent régler le montant dû avec le moyen de paiement de leur choix :
 - Directement en passant sous le portique avec un télépéage ;
 - Sur le site Sanef.com via un compte client ;
 - Sur le même site sans compte client, en renseignant sa plaque d'immatriculation, avec une limite réglementaire de 72 heures après le passage ;
 - Par carte ou en liquide chez un buraliste rattaché au réseau Nirio, là aussi dans une limite de 72 heures après le passage sur l'autoroute. En choisissant cette option, l'automobiliste n'aura qu'à donner sa plaque d'immatriculation au buraliste pour pouvoir procéder au paiement.

ENJEUX

- **Une étape de plus vers les services de proximité** : La FDJ continue sa [diversification](#) et son développement dans les services financiers de la vie quotidienne. Son but est de simplifier la vie des Français en proposant le paiement de plus en plus de factures directement dans les bureaux de tabac. Son nouveau service avec Sanef permettra notamment d'éviter le passage par internet ou par un abonnement type télépéage, pour les utilisateurs occasionnels ou peu à l'aise avec les solutions digitales.
- **Pallier un modèle 100 % numérique** : Dans le cadre du contrat avec Sanef, le paiement chez le buraliste couvrira l'A14 courant juin et l'A13 courant décembre. Cependant le contrat ne porte pas sur d'autres tronçons pour l'instant, sachant que le flux libre est encore très peu répandu. De plus, Sanef assure que plus de 50 % des transactions sur l'axe Paris-Normandie se font déjà par télépéage, ce qui limite le besoin de solutions alternatives.

MISE EN PERSPECTIVE

- Alors que la tendance générale s'oriente plutôt vers la digitalisation et la diminution des espèces, la FDJ avance à contre-courant et propose aux Français de payer de plus en plus de factures chez les buralistes et donc possiblement en liquide. Le groupe multiplie en effet les accords pour compléter ce modèle de services. Ces mesures ont pour objectif d'apporter de l'aide aux deux côtés du guichet, en aidant aussi les buralistes à s'adapter à la baisse des ventes de tabac, en proposant de nouveaux services.
- Dans les points de vente FDJ, il est aujourd'hui possible de payer ses amendes, ses impôts, son loyer dans certains cas, et même la contribution de vie étudiante et de campus (CVEC) pour les étudiants. Prochainement, la FDJ devrait annoncer un partenariat avec trois régies d'eau et donc la possibilité de payer des factures d'eau chez le buraliste.
- De son côté, APRR serait en discussion avec la FDJ pour intégrer le paiement chez le buraliste à ses solutions pour l'autoroute A79 dans l'Allier, passée en flux libre depuis fin 2022. Elle propose aujourd'hui quatre modes de paiement : le télépéage, le paiement en ligne, les bornes de paiement installées dans les aires de service ou de repos, et « l'inscription plaque ». Option pour laquelle il suffit d'enregistrer sa plaque d'immatriculation et ses coordonnées bancaires au début et le paiement se fait ensuite par prélèvement automatique chaque semaine.

Source : [Les Echos](#)



Klarna adopte le virement open-banking au Royaume-Uni

Royaume-Uni – Paiement – 19/03/2024

Les initiatives en matière d'[Open Banking](#) se sont multipliées ces dernières années, portées par les [réglementations](#) favorables et les [avancées](#) technologiques. La mobilisation d'acteurs de premier plan participe à l'essor du secteur. Celle de [Klarna](#) ne devrait pas faire exception. Le géant du BNPL permet désormais à ses clients de payer leurs mensualités par l'initiation d'un virement. Un mouvement qui devrait contribuer à l'essor de l'open banking sur un marché britannique déjà développé.

LES FAITS

- Klarna vient d'annoncer l'ajout d'une fonctionnalité de paiement de compte à compte à ses options de paiement au Royaume-Uni.
- Cette fonctionnalité est mise à la disposition de ses clients britanniques, ce qui représente près de 18 millions de consommateurs potentiels. Concrètement, ces derniers pourront régler leurs achats via Klarna en réalisant des paiements de compte à compte, sans avoir à passer via un réseau de cartes.
- Après avoir rattaché leur compte bancaire à l'application Klarna, les utilisateurs pourront cliquer sur le bouton de paiement "Pay by Bank" pour initier leur paiement via Klarna.
- En complément, Klarna proposera aux utilisateurs de son nouveau service :
 - un aperçu de toutes leurs dépenses réalisées via cette fonctionnalité de paiement,
 - des outils de budgétisation supplémentaires,
 - des offres de prêts personnalisées (basées sur leurs dépenses réelles).

ENJEUX

- **Construire "le réseau de paiement du futur"** : c'est l'ambition affichée par Klarna, qui compte déjà 32 000 sites et marchands rattachés à ses services au Royaume-Uni. Derrière cette affirmation globale se cache d'abord un enjeu économique, qui est celui de réduire les coûts d'acceptation des paiements via les réseaux de cartes. Klarna s'appuie pour cela sur un modèle basé sur le lien des comptes bancaires de ses clients à son application, promettant ainsi une simplification du parcours.
- **Une connexion au compte qui pourrait simplifier l'ensemble des activités de Klarna** : en effet, au-delà des paiements par virement, cette connexion pourrait aussi permettre une accélération du scoring de ses clients. Klarna a d'ailleurs développé ses propres API depuis quelques années et les a commercialisées sous la marque [Kosma](#), avant de [fermer](#) sa filiale l'an dernier. A défaut de commercialiser ces API à d'autres acteurs, Klarna les utilise pour simplifier son expérience client.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le géant du BNPL avait déjà lancé des règlements bancaires ouverts pour son option de paiement instantané [Pay Now](#), mais cette annonce représente une étape de plus dans la réalisation de ses ambitions. Pay Now by bank est déjà disponible dans 10 pays à travers le monde et est régulièrement utilisé par plus de 20 millions de consommateurs chaque mois.

Source : [Communiqué de presse](#)



L'atout crée l'agrégateur des avantages aux salariés

France – Paiement – 20/03/2024

Fraîchement arrivée sur le marché des avantages aux salariés, la start-up francilienne [l'Atout](#) a levé 2 millions d'euros pour continuer à développer sa solution. Proposée sous forme d'application regroupant toutes les prestations salariales, l'offre a pour objectif de simplifier et de rendre plus évidente l'utilisation des avantages et ainsi, de renforcer l'engagement des employés au sein des entreprises.

LES FAITS

- L'Atout est une start-up francilienne proposant une plateforme visant à améliorer les avantages sociaux et à simplifier l'utilisation des avantages aux salariés. Elle a pour cela développé un service prenant en compte les besoins :
 - Des salariés, en leur offrant une vision globale de leurs prestations salariales à travers une application rassemblant toutes les données concernées (tickets-restaurants, chèques vacances, chèques cadeaux, mutuelle d'entreprise, forfait mobilité, etc.). L'Atout leur propose en complément une carte de paiement intelligente, associée à leurs titres-restaurants et autres prestations (titres cadeaux, vacances ou mobilité), et capable de détecter automatiquement le compte à débiter en fonction de son usage et du commerçant acceptant.
 - Aux entreprises, qui peuvent ainsi optimiser les avantages proposés à leurs salariés et faire appel à l'Atout pour des conseils sur la gestion de ces prestations.
- L'Atout a récemment réalisé une levée de fonds auprès de plusieurs entités afin de porter son modèle innovant. La start-up a en effet récolté 1,6 millions d'euros auprès du Paris Région Venture Fund, le fonds d'amorçage de la Région parisienne géré par Karista, ainsi qu'un emprunt de 400 000 euros contracté auprès de Bpifrance.
- Il s'agit de la première levée de fonds de la start-up créée en 2023, qui devrait ainsi lui permettre d'améliorer l'ergonomie de son application et de développer les services commerciaux de l'entreprise.

ENJEUX

- **Centraliser les avantages** : Le premier objectif de l'Atout est de proposer un outil capable de centraliser l'ensemble des avantages aux salariés (titres-restaurants, chèques vacances, codes promo et réductions, séjours de loisirs à prix réduits, places de concert et de cinéma, mutuelle, prévoyance, épargne,...).
- **Aider les entreprises à fidéliser les salariés** : En plus d'aider les employés à profiter pleinement de leurs avantages, l'Atout apporte une solution innovante aux entreprises désireuses de fidéliser leurs équipes. En effet, une des causes de non-utilisation des avantages sociaux est que les salariés n'ont pas conscience de l'existence d'une partie de ces avantages. L'application tout-en-un leur permet ainsi de prendre conscience des efforts réels déployés par les entreprises en faveur de leurs salariés, et ainsi d'augmenter l'engagement des collaborateurs.
- **Des objectifs annuels témoins d'une volonté de croissance forte** : La levée de fonds devrait aider l'Atout à remplir ses objectifs de 2024. En termes d'effectifs par exemple, la start-up souhaite passer de 12 à 20 salariés au cours de l'année 2024. Sur l'aspect financier, elle vise un chiffre d'affaires d'un million d'euros pour l'année en cours, un résultat qui pourrait permettre à la société de se rapprocher de la rentabilité.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché des avantages aux salariés évolue avec le développement d'acteurs particulièrement innovants. En France ou à l'étranger, les initiatives se multiplient pour apporter des solutions de plus en plus complètes et les récentes levées de fonds témoignent de la bonne dynamique du marché.
- Fin 2023 par exemple, [HappyPal levait 7 millions d'euros pour sa plateforme CSE et son application mobile pour les salariés](#). Aux Etats-Unis, [Benepass levait 20 millions début février, dans le but de développer l'IA générative dans ses solutions](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



MoneyGram simplifie les transferts d'argent grâce à Trustly

Europe – Paiement – 22/03/2024

[Trustly](#), fintech suédoise du paiement bancaire, a annoncé un partenariat avec [MoneyGram](#), société spécialisée dans les transferts d'argent transfrontaliers. Le but de ce partenariat est d'apporter de nouvelles solutions de paiement aux utilisateurs de la plateforme MoneyGram Online et ainsi de simplifier leur parcours d'achat. Connu pour adopter régulièrement des solutions innovantes, MoneyGram montre l'intérêt croissant des entreprises financières pour l'open banking, solution alternative aux moyens traditionnels de paiement comme la carte.

LES FAITS

- Trustly et MoneyGram ont officialisé le 20 mars le lancement d'un partenariat stratégique.
- La société mondiale des transferts d'argent internationaux va permettre à ses clients européens d'effectuer des envois à l'étranger via MoneyGram Online (MGO), sans utiliser leur carte.
- Concrètement, les utilisateurs peuvent payer directement avec leur compte bancaire lors d'un transfert d'argent. Ainsi, ils n'ont plus besoin de saisir les informations liées à leurs cartes lorsqu'ils souhaitent faire un transfert.
- Cette nouveauté est possible grâce à Azura, le moteur de données de Trustly, qui fournit une infrastructure de paiement bancaire comprenant des paiements quasi instantanés et des capacités KYC.
- S'il doit s'étendre prochainement à toute l'Europe, ce moyen de paiement est pour l'instant disponible dans certains pays dont le Royaume-Uni et l'Allemagne.

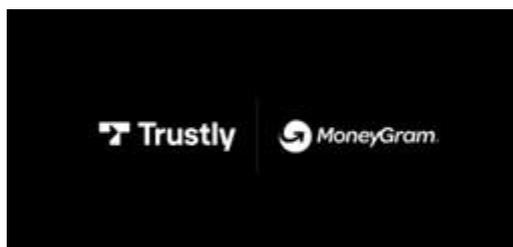
ENJEUX

- **Le pay-by-bank au cœur du partenariat :** Le but pour MoneyGram est d'offrir de nouvelles solutions de paiement lors des transferts. En faisant appel à Trustly, la société de transfert d'argent intègre le pay-by-bank (ou account-to-account) dans ses moyens de paiement : une solution sécurisée, rapide et facile d'utilisation.
- **Un moyen d'acquérir et de fidéliser des clients :** Le pay-by-bank est une réelle alternative à la carte bancaire, du fait de son utilisation très simple. Il est donc de plus en plus utilisé par les consommateurs, dans les paiements en ligne notamment. Une expérience de paiement frictionless favorisée par le pay-by-bank est un moyen efficace de pousser les clients à réutiliser MoneyGram.

MISE EN PERSPECTIVE

- MoneyGram enchaîne les partenariats innovants afin d'offrir des services à la pointe de la technologie. En 2022, La société annonçait par exemple un [partenariat avec Stellar, pour offrir des services de transferts via la blockchain](#) de la société. Fin 2023, la société renforçait son partenariat avec Stellar [en lançant son propre portefeuille numérique](#) dans le but de simplifier les transactions entre monnaies fiduciaires et monnaies numériques.
- De son côté, Trustly continue d'assurer sa place d'acteur clé du paiement bancaire et d'innover pour ses clients. En août 2023, [la fintech rachetait Slimpay](#), start-up française également spécialisée dans l'open banking.

Source : [Communiqué de presse](#)



Mastercard et Alipay s'associent pour les transferts de fonds internationaux

International – Paiement – 25/03/2024

[Mastercard](#) a communiqué sur un nouveau partenariat signé avec [Alipay](#) en matière de transferts de fonds internationaux. Dorénavant, les utilisateurs du schéma américain auront la possibilité d'effectuer leurs transferts directement vers la plateforme numérique chinoise, de manière transparente, simple et sécurisée. Un pas de plus dans la stratégie de Mastercard de toucher le monde entier en matière de transferts de fonds.

LES FAITS

- Il est donc désormais possible, avec Mastercard, d'effectuer des transferts d'argent vers Alipay, super-application d'Ant Group au service d'un milliard d'utilisateurs chinois.
- Les clients utilisateurs du schéma américain qui souhaitent transférer des fonds vers la Chine, bénéficient d'une connexion avec Alipay Wallet afin de s'assurer une transaction sécurisée et en temps quasi réel.
- Cette offre s'adresse d'abord aux acteurs bancaires, aux fintechs, ou aux entreprises clientes de Mastercard qui pourront ensuite proposer ces transferts à leurs utilisateurs finaux.
- L'offre de transferts de fonds passe notamment par Mastercard Move, solutions de transfert d'argent international, qui offre un accès à plus de 180 marchés, plus de 150 devises et touche 95 % de la population mondiale bancarisée.

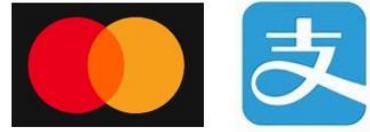
ENJEUX

- **Répondre aux attentes des consommateurs** : Selon un [rapport de Mastercard](#), 68 % des consommateurs disent qu'ils effectueraient davantage de paiements transfrontaliers en ligne s'ils étaient plus rapides. Malgré tout, ils privilégient les paiements transfrontaliers numériques aux paiements effectués en personne. En effet, la rapidité et la sécurité ainsi que la confirmation intégrée lorsque les fonds ont été reçus sont une motivation supplémentaire.
- **La Chine, un marché majeur** : La Chine est actuellement un des plus grands pays destinataires en matière d'envoi de fonds internationaux. Ce partenariat avec Alipay est donc une vraie plus-value dans l'offre de Mastercard.

MISE EN PERSPECTIVE

- Mastercard s'emploie à simplifier les transferts de fonds et à élargir ses partenariats pour profiter d'un marché en croissance. D'après un [rapport](#) de la Banque Mondiale datant de fin 2023, les flux vers les pays à revenu faible et intermédiaire ont encore augmenté en 2023, de 3,8 %.
- Mastercard n'est néanmoins pas le seul acteur à se mobiliser pour profiter des promesses de ce marché. En matière de transfert d'argent transfrontalier, MoneyGram a aussi [entamé](#), cette semaine, un partenariat avec Trustly, fintech du paiement bancaire, afin de développer des solutions de transferts basées sur le pay-by-bank.

Source : [Communiqué de presse](#)



TPE, Encaissement & Paiement Retail

CB est maintenant disponible sur la solution Tap to Pay de Viva.com

France – Paiement – 06/03/2024

[Viva.com](#) devient le premier acquéreur à proposer [CB](#) sur sa solution Tap to Pay sur iPhone en France. Cette technologie, déjà répandue dans plusieurs pays permet de simplifier le parcours de paiement pour les consommateurs mais aussi pour les commerçants. L'intégration de CB dans une solution Tap to Pay est une étape importante pour le réseau français qui peut maintenant rejoindre ses concurrents sur une technologie en forte croissance.

LES FAITS

- Après [plusieurs mois d'attente](#), CB est maintenant compatible avec le Tap to Pay sur iPhone en France, à travers l'application Viva.com | Terminal iOS.
- Dorénavant, toutes les entreprises françaises équipées de la solution Viva.com peuvent accepter les cartes émises par le réseau CB, quel que soit leur secteur : cafés, détaillants, hôtels, etc.
- Afin de bénéficier du Tap to Pay, le commerçant doit télécharger l'application « Viva.com | Terminal » sur un iPhone XS ou version ultérieure fonctionnant sur la dernière version d'iOS. Ensuite il configure en quelques minutes l'application pour la rendre fonctionnelle.
- Lors d'un paiement, le commerçant inscrit le montant dans l'application. Ensuite, il demande au client de présenter un moyen de paiement adapté (sans contact, wallet numérique, etc.), directement au-dessus de l'iPhone acceptant le paiement, et ce dernier s'effectue grâce à la technologie NFC.
- Le paiement est sécurisé et Tap to Pay exploite les fonctionnalités de l'iPhone pour préserver la confidentialité des données des entreprises et de la clientèle.
- Côté tarif, viva.com [prélève](#) 1,69 % du montant des paiements à chaque transaction (avec un minimum de 0,10 euro).

ENJEUX

- **Un marché de 76 millions de cartes :** En intégrant CB, Viva.com permet à ses clients d'accepter près de 76 millions de cartes, et fait entrer le schéma français dans une technologie majeure des paiements innovants. Il ne reste plus, pour la société de paiement, qu'à convaincre les commerçants français d'adopter sa solution.
- **Étendre l'accessibilité aux solutions innovantes :** Avec CB, Viva.com rend l'utilisation du Tap to Pay beaucoup plus évidente en France. Même si la majorité des cartes françaises sont aujourd'hui co-badgées avec des acteurs comme [Visa](#) ou [Mastercard](#), CB reste le schéma de référence dans l'Hexagone.

MISE EN PERSPECTIVE

- Cette nouvelle s'inscrit dans une logique de simplification des parcours de paiement et de développement du paiement sans contact en France. En effet, l'utilisation du paiement sans contact a tendance à s'étendre et le Tap to Pay est un moyen supplémentaire d'exploiter cette technologie tout en simplifiant la vie des commerçants.
- Pour les vendeurs, le développement du Tap to Pay est aussi un moyen de réinventer le parcours d'achat classique dans un contexte de proximité. Le passage en caisse par exemple est aujourd'hui une

étape évidente dans un processus d'achat. Avec Tap to Pay, un client pourrait être conseillé par un vendeur et payer directement sur l'iPhone du vendeur en cas d'achat, sans passer par la caisse.

Source : [Communiqué de presse](#)



Open banking: nexi s'appuie sur Mastercard pour promouvoir les paiements de compte à compte

Europe – Paiement – 13/03/2024

[Nexi](#) et Mastercard viennent de s'associer pour diffuser les virement open-banking en Europe chez les commerçants utilisant la gateway de nexi. Cette collaboration confirme l'intérêt de Mastercard pour les paiements A2A et sa capacité à valoriser son offre Mastercard Open Banking. Une promesse dans l'air du temps, qui fait face à EPI.

LES FAITS

- Nexi a choisi Mastercard comme partenaire stratégique en Europe pour soutenir les paiements de compte à compte. Ce rapprochement représente une alliance de force, Nexi mettant son infrastructure de paiement desservant les commerçants d'Europe à la disposition de l'expertise et des technologies de [Mastercard Open Banking](#).
- Les consommateurs disposant d'un compte bancaire pourront ainsi initier des paiements numériques rapides vers le compte des commerçants. Les paiements seront lancés directement à travers les protocoles d'authentification existants avec la banque du consommateur, y compris la biométrie.
- Pour les commerçants, les avantages incluent l'autorisation et le règlement des paiements en temps réel, ce qui leur permet d'accéder rapidement aux fonds et de mieux gérer leur trésorerie et leurs flux de revenus.

ENJEUX

- **Offrir aux commerçants des parcours de paiement sans friction** : en exploitant les nouvelles technologies et les nouvelles méthodes de paiement (comme l'Open Banking), les commerçants peuvent mieux répondre aux attentes croissantes des clients en matière d'expérience d'achat.
- **Une concurrence directe avec EPI** : Mastercard compte bien ne pas perdre des parts de marchés, malgré l'arrivée d'EPI en Europe. Le paiement est par ailleurs un enjeu-clé dans la mesure où il permet d'obtenir des données sur les consommateurs européens, cet enjeu de souveraineté que l'Europe a bien compris en lançant EPI.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les acteurs du secteur des paiements considèrent de plus en plus les données de paiement comme un atout stratégique, les utilisant comme outil de marketing et de fidélisation. L'European Payments Initiative (EPI) vise à reprendre le contrôle des données européennes qui circulent largement sur les réseaux américains de Visa et Mastercard, tout en apportant une harmonisation nécessaire sur le territoire.
- Récemment, [EPI a marqué une étape importante avec la première transaction instantanée](#) entre les clients de Sparkasse Elbe-Elster en Allemagne et la Banque Populaire et Caisse d'Epargne en France, démontrant ainsi l'efficacité de la technologie utilisée.
- Cette avancée positionne EPI pour redéfinir le paysage des paiements en Europe en introduisant des moyens de paiement de compte à compte, avec le lancement commercial de la solution Wero prévu pour 2024, intégrée dans les applications bancaires.

Source : [Communiqué de presse](#)



Knap prend de l'avance sur le marché du chariot intelligent

France – Paiement / Retail / Canaux de distribution & supports connectés – 14/03/2024

[Caisses en libre-service](#), chariots connectés ou même [magasins sans caisse](#)... les initiatives visant à simplifier au maximum l'étape du paiement en points de vente et en mobilité se multiplient ces dernières années, pour supprimer les files d'attente à l'encaissement. Les promesses sont toujours les mêmes, il s'agit de rendre cette étape la plus indolore possible tout en luttant contre la fraude. Sur ce terrain, la start-up spécialisée dans les chariots connectés Knap vient de prendre une longueur d'avance après un pilote lui permettant de déployer sur le marché une version moins coûteuse et opérationnelle rapidement.

LES FAITS

- [Knap](#) est une start-up française, installée dans la région de Nice. Fondée en 2018, elle s'est spécialisée dans le développement d'objets connectés à destination de la grande distribution.
- Son produit-phare est un module connecté baptisé Ikart, doté de 3 caméras anti-fraude, d'un écran tactile 10 pouces blindé et d'une batterie modulaire.
- Fonctionnement du chariot :
 - pour actionner le chariot, le client doit présenter sa carte de fidélité ou un code reçu sur son mobile.
 - une fois en rayon, le client fait ses courses comme il en a l'habitude. Une caméra scanne automatiquement le code-barres des produits qui sont déposés dans le chariot ; les deux autres analysent les mouvements du client en temps réel, pour détecter une éventuelle fraude (cohérence entre les articles pris en rayon et ceux posés en chariot).
 - si l'algorithme du chariot détecte une anomalie, la sortie en caisse est bloquée dans l'attente d'une vérification des achats.
- Après une vaste phase de test, sa version simplifiée a pu être testée plus de 150 fois par jour depuis près de huit mois dans des enseignes françaises (E.Leclerc notamment où 40 chariots ont été déployés).
- Ikart a enregistré des retours satisfaisants, qui se traduisent par :
 - un gain de temps des deux tiers lors du passage en caisse,
 - une réduction de 87 % du niveau de fraude,
 - une satisfaction client à 94 %,
 - une augmentation du panier moyen de 105 %.
- La start-up a reçu près de 300 intentions de commandes pour son nouveau dispositif et pourrait ainsi générer un chiffre d'affaires de 1,3 millions d'euros en 2024.

ENJEUX

- **Remplacer les scannettes par un dispositif plus fiable** : les consommateurs français sont déjà accoutumés à l'utilisation de dispositifs mobiles d'encaissement, comme les scannettes. Mais ces dernières ne permettent pas de résoudre le problème de la fraude, imposant une vérification systématique aux distributeurs. L'enjeu de l'utilisation d'iKart est de remplacer la scanette par un dispositif qui y ajoute une IA anti-fraude. Cet ajout permet de fluidifier davantage le trafic.
- **Vers une démocratisation des chariots connectés ?** Knap a aujourd'hui un temps d'avance sur la concurrence rude que se livrent les différents acteurs de ce marché, car sa technologie tout-en-un porte

la promesse de son adaptabilité aux parcs actuels de chariots. Ceci devrait lever un frein important à une diffusion large pour ces chariots.

- **Financer son développement** : Knap est parvenue à lever près de 3 millions d'euros en 2022. Mais pour poursuivre son développement, la start-up doit encore mobiliser de nouveaux investissements. L'enjeu est de remplacer le chariot iKart par un dispositif adaptable sur les chariots existants.

MISE EN PERSPECTIVE

- Tendance émergente de la grande distribution, les chariots intelligents sont au coeur de nombreux pilotes à travers le monde actuellement. La société américaine [Instacart](#) en propose notamment une version.
- Le marché est important ; rien qu'en France, il concernerait près de 2,5 à 2,8 millions de chariots disponibles à travers les chaînes de magasins.

Source : [Les Echos](#)



Visa annonce le lancement du Click to Pay en France

France – Paiement – 15/03/2024

Lors d'un évènement rassemblant les grands acteurs du e-commerce, [Visa](#) a annoncé l'arrivée du [Click to Pay](#) en France. Cette nouvelle est une bonne chose pour les commerçants en ligne qui pourraient voir leur taux de confirmation de panier augmenter significativement. Même si la technologie est déjà très répandue dans plusieurs pays du monde comme aux Etats-Unis par exemple, elle n'avait pas encore été proposée jusqu'ici en France.

LES FAITS

- Visa a donc annoncé le lancement du « Click to Pay » en France, à l'occasion du One to One Monaco, un rendez-vous rassemblant les principaux acteurs du retails, qui se déroulait cette semaine.
- Click to Pay est une norme EMVCo permettant de réaliser des achats en ligne en quelques clics seulement. Les consommateurs finaux, utilisateurs du service, peuvent finaliser leurs achats sans avoir à saisir manuellement les détails de leur carte, en renseignant plutôt une adresse mail ou leur numéro de téléphone.
- Le Click to Pay se base par ailleurs sur la technologie de tokenisation de Visa. Cela permet donc d'augmenter sensiblement la sécurité des transactions, tout en diminuant le parcours de paiement du client.
- Pour officialiser cette nouvelle, Visa annonçait également le déploiement de la solution dans le site e-commerce de Vestiaire Collective. Le déploiement de ce nouveau standard de paiement est prévu de manière progressive par la suite.

ENJEUX

- **Diversifier les solutions proposées aux commerçants :** Au regard des statistiques des paiements dans le e-commerce en France, Visa a estimé qu'il était temps d'étendre les investissements dans les solutions de paiement à proposer aux clients finaux. En effet, aujourd'hui en France, 12 % des ventes sont effectuées en ligne, et cela ne cesse d'augmenter.
- **Vestiaire Collective veut bénéficier de cette croissance :** En proposant le Click to Pay, Vestiaire collective veut devenir une plateforme de référence en termes de fluidité dans l'étape du paiement en ligne. Cet avantage devrait également renforcer la progression de l'enseigne de seconde main dans le marché de la mode.
- **Raccourcir l'étape du paiement :** Le premier objectif de la solution Click to pay est de raccourcir l'étape du paiement. Selon Adyen, qui intègre la solution à son interface, le fait de ne pas avoir à saisir les informations d'une carte augmente de 25 % la rapidité du parcours d'achat. Le fait de rajouter la reconnaissance biométrique à cette technologie pourrait raccourcir encore davantage cette étape.
- **Diminuer le taux d'abandons :** Le Click to Pay serait aussi un moyen d'augmenter facilement les revenus d'une plateforme, en réduisant le taux d'abandons des paniers. En effet, Vestiaire Collectif estime à 10 % le nombre d'abandons dus à des erreurs de saisie de données. En automatisant le remplissage des données, le parcours de paiement devient de plus en plus « frictionless » et est donc plus facilement validé par le client.

MISE EN PERSPECTIVE

- Début mars, c'est la plateforme de technologie financière [Adyen](#) qui annonçait l'intégration du Click to Pay dans son interface. Les marchands utilisateurs d'Adyen peuvent donc choisir de proposer la technologie Click to Pay à leurs clients.
- Mais Visa ne joue pas sans concurrence sur ce marché. [Mastercard](#) a également beaucoup misé sur la technologie du Click to Pay ; le réseau aurait ainsi investi pas moins de 7 milliards de dollars en cinq ans pour déployer ses solutions de sécurité auprès de ses 3,3 milliards de porteurs de cartes. Son argument principal est celui de la cybersécurité.

Source : [Communiqué de presse](#)



Rabobank va utiliser la solution Tap to Pay du français Dejamobile

Pays-Bas – Paiement – 18/03/2024

[Rabobank](#) et [Dejamobile](#) signent un partenariat autour de la solution [Tap to Pay](#) de la fintech française. Acteur important du secteur bancaire aux Pays-Bas, Rabobank proposera ainsi une solution complète de Tap to Pay à ses clients. Cette annonce montre la croissance du Tap to Pay en Europe et souligne les bonnes performances de Dejamobile, qui parvient à convaincre des acteurs de référence dans leur domaine.

LES FAITS

- La banque s'est donc associée à Dejamobile et propose désormais à ses clients d'accepter des paiements directement via leurs téléphones mobiles.
- Grâce à son application Rabo SmartPin, accessible sur Android et iOS, les commerçants ont la possibilité d'accepter les paiements sans contact.
- Cette application est en fait intégrée à la solution SoftPOS de Dejamobile intitulée ReadyToTap Payment for Merchants, une solution développée en marque blanche par la fintech.
- Pour utiliser ce service, les commerçants n'ont qu'à télécharger l'application Rabo SmartPin sur leur téléphone mobile et activer le service Tap to Pay sur Android ou iOS, via le tableau de bord de Rabobank dédié aux marchands.
- L'application se veut également très pratique car elle peut être utilisée comme une solution de caisse et de gestion complète. En effet, elle propose par exemple :
 - De créer un catalogue de produits au sein de l'application ;
 - De suivre les stocks ;
 - De lier plusieurs utilisateurs sur l'application ;
 - D'enregistrer les paiements en espèces.
- La solution est disponible sur les smartphones compatibles avec la technologie NFC.

ENJEUX

- **Une alternative aux terminaux classiques :** Avec son app, Rabobank souhaite améliorer son offre à destination des entrepreneurs et des commerçants. Ces derniers peuvent avoir besoin de solutions d'acceptation plus mobiles et plus polyvalentes afin de simplifier la gestion d'une caisse classique. Dorénavant, ils pourront traiter l'intégralité de leurs activités d'encaissement via l'application.
- **Rabobank, un allié de poids aux Pays-Bas :** Avec ce partenariat, Dejamobile s'ouvre de nouvelles perspectives car la banque néerlandaise est une des plus importantes aux Pays-Bas. Forte de 9,1 millions de clients selon ses chiffres, elle s'adresse principalement aux particuliers et aux entreprises dans les secteurs de l'alimentation et de l'agriculture. Elle est par ailleurs présente dans 38 pays à travers le monde.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le Tap to Pay s'étend progressivement, y compris en France à travers des applications différentes. Début mars, [l'acquéreur Viva.com devenait ainsi la première application à intégrer CB](#) et donc à proposer des transactions via le schéma français. C'est un partenariat qui permet à CB de réaffirmer sa présence sur le marché français, face à la rude concurrence des schémas internationaux comme [Visa](#) et [Mastercard](#).

- En juin 2023, [La Poste signait également un partenariat avec Dejamobile](#). La société de distribution a profité de la facilité d'utilisation de la solution pour équiper ses postiers. Ces derniers avaient alors la possibilité de régler les frais de douane ou autre jusqu'à 50 euros, directement chez les clients au moment de la livraison.

Source : [Communiqué de presse](#)



Rabobank

Visa et Mastercard réduisent les commissions commerçantes

Etats-Unis – Paiement – 29/03/2024

[Visa](#) et [Mastercard](#) ont trouvé un accord avec les représentants des commerçants des Etats-Unis concernant les litiges sur les frais de transaction qui durent depuis plusieurs années. Accusés de demander des prix trop élevés sur les commissions, les schemes ont accepté plusieurs conditions comme la mise en place de plafonds sur les tarifs. Cela devrait permettre de soutenir les commerçants et petites entreprises qui subissent souvent l'évolution des tarifs sans pouvoir réagir.

LES FAITS

- Le 26 mars, Visa et Mastercard ont accepté de plafonner les frais de traitement des transactions par carte de crédit aux Etats-Unis.
- Cela fait suite à un litige vieux de plus de vingt ans, opposant les schemes internationaux aux commerçants.
- L'accord porte sur plusieurs points :
 - La réduction des taux d'interchange ;
 - Un plafond tarifaire d'une durée de cinq ans (l'accord devrait être approuvé en 2025, ce qui devrait maintenir le plafond jusqu'en 2030) ;
 - Une simplification des règles de gestion des coûts (dans le but de simplifier l'approche utilisée jusqu'à présent en matière de surfacturation des transactions par carte de crédit).
- Visa et Mastercard étaient notamment suspectés d'abuser de leur position dominante pour imposer des frais élevés aux commerçants qui acceptaient leurs systèmes de paiement.
- Cet accord, l'un des plus importants de l'antitrust américain, devrait permettre aux commerçants et aux petites entreprises d'économiser près de 30 milliards de dollars en trois ans.
- Cependant, l'accord doit encore être validé par le tribunal pour être mis en application.

ENJEUX

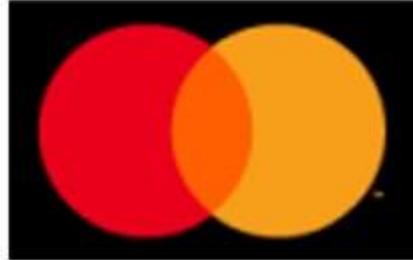
- **Un accord destiné à aider les commerçants et les petites entreprises :** Selon Visa, les petites entreprises représentent environ 90 % des acteurs qui bénéficieront des éléments de l'accord. En plus de la réduction des coûts liées aux transactions, elles auront une plus grande flexibilité en point de vente sur la gestion des méthodes préférées ou surfacturées
- **Les banques américaines elles aussi impactées :** Les banques émettrices perçoivent également un pourcentage sur ces commissions et seront donc en partie touchées par ce plafonnement. En effet, c'est en partie grâce à cela qu'elles financent les programmes de « rewards » très répandus aux Etats-Unis, qui permettent de fidéliser les clients et de les encourager à utiliser leur carte de crédit. Pour les schemes, la mesure ne devrait pas impacter la qualité de leurs services. Visa a par exemple communiqué sur son intention de conserver le niveau actuel de sécurité, d'innovation, de récompenses etc.

MISE EN PERSPECTIVE

- Ce conflit a déjà connu plusieurs rebondissements aux Etats-Unis. En 2012 par exemple, les deux schemes concernés ont dû verser environ 7,25 milliards de dollars aux commerçants pour avoir fixés des frais de transactions incorrects.

- Concernant les commerçants, [Mastercard a également communiqué le 26 mars sur le lancement d'un partenariat avec Worldpay](#) visant à lutter contre la fraude aux paiements. Le but est d'aider les commerçants à éviter les rétrofacturations en anticipant les litiges liés aux transactions.

Source : [Communiqué de presse](#)

The logo for VISA, consisting of the word "VISA" in a bold, blue, italicized sans-serif font.

Paieement fractionné

American Express relance le Buy Now Pay Later au Royaume-Uni

Royaume-Uni – Paiement – 04/03/2024

[American Express](#) lance "Plan It", permettant aux titulaires de cartes AmEx au Royaume-Uni de payer en mensualités égales sur 3, 6 ou 12 mois. Le géant du paiement américain se positionne ainsi sur le marché du [BNPL](#) avec un modèle alternatif, appliquant des frais mensuels fixes sans intérêt supplémentaire. Face au succès du paiement fractionné, le géant de la carte fait suite à une première incursion sur ce marché aux Etats-Unis. American Express valorise ainsi l'intérêt du BNPL dans un meilleur accompagnement à la gestion budgétaire.

LES FAITS

- American Express dédie sa nouvelle offre, intitulée Plan It, aux détenteurs de cartes AmEx au Royaume-Uni. Ces derniers pourront ainsi payer leurs achats ou une partie de leur solde en mensualités égales sur une période de trois, six ou douze mois.
- Les clients pourront mettre en place un plan "Plan It" depuis l'application AmEx ou directement depuis leur compte en ligne. Une fois configuré, le montant des mensualités sera automatiquement inclus dans la mensualité minimale requise chaque mois.
- Les titulaires de carte AmEx dotés d'une carte de crédit peuvent aussi sélectionner une transaction spécifique ou un montant défini à partir d'un relevé récent pour l'intégrer à un plan d'achat sur une période de trois, six ou douze mois.
- Contrairement aux offres de "Buy Now Pay Later" (BNPL) sans frais, AmEx appliquera des frais mensuels fixes pour ces plans, qui seront clairement indiqués lors de la configuration.
- Les porteurs de carte AmEx pourront par ailleurs toujours cumuler des points Membership Rewards lorsqu'ils opteront pour un plan de paiement en plusieurs fois Plan It. L'option, disponible pour les cartes grand public et professionnelles, est configurable via l'application ou le compte en ligne

ENJEUX

- **American Express adapte ses offres face à la popularité du BNPL** : En 2017, AmEx inaugurerait pour la première fois ses plans de remboursement, avec un produit baptisé "Pay it, Plan it". Il permettait aux porteurs de cartes de choisir entre l'option paiement immédiat ("pay it") et le paiement différé ("plan it"). Puis en 2021, American Express [adaptait](#) ce produit de BNPL à l'achat de billets d'avion. Aujourd'hui, le géant du paiement consolide son positionnement sur ce marché avec un marketing légèrement différent qui vise avant tout à permettre à ses porteurs de remboursement plus rapidement leur dette.
- **La transparence comme fil directeur** : tout comme à son lancement en 2017, Plan it ne s'accompagne pas d'un taux d'intérêt mais de frais fixes, pour davantage de transparence et pour encourager un remboursement plus rapide de l'encours de crédit de la carte. Il s'agit aussi d'un moyen pour AmEx d'offrir des alternatives à l'usage traditionnel de la carte de crédit et à son crédit renouvelable.

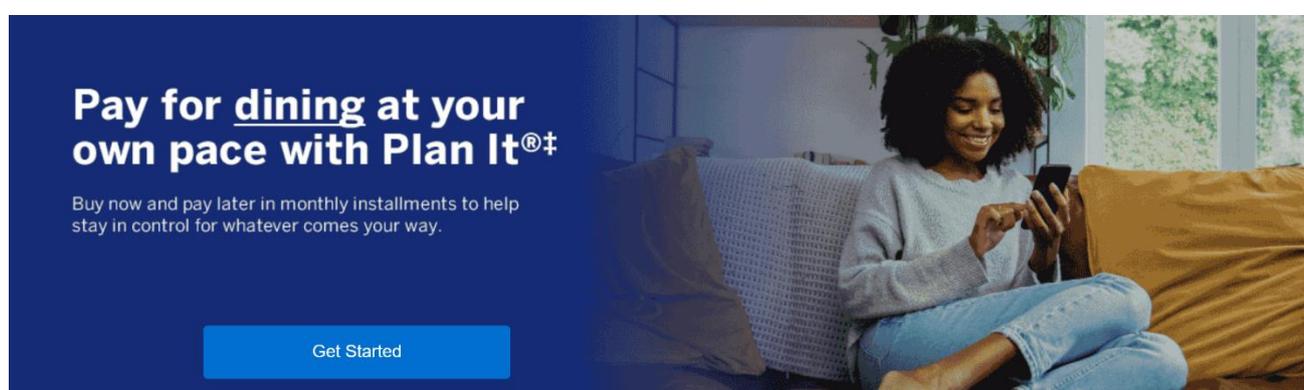
MISE EN PERSPECTIVE

- En France, [Crédit Agricole Consumer Finance a récemment annoncé vouloir faire l'acquisition de la fintech Pledg](#), spécialisée dans le paiement fractionné et différé. Une opération qui permettrait notamment à [Sofinco](#) de bénéficier des solutions technologiques de Pledg pour devancer ses concurrents

français. En France, comme à l'international, ce marché est en effet devenu de plus en plus concurrentiel, face à l'appétit des consommateurs pour le paiement fractionné.

- En janvier, face à la demande croissante de solutions flexibles pour couvrir les réparations automobiles dans un contexte de crise économique, [Bumper s'est positionné auprès des concessionnaires européens](#). La plateforme de paiement a levé 48 millions de dollars pour améliorer et internationaliser sa solution de BNPL dédiée à la réparation automobile.
- Malgré [la popularité du BNPL en réponse à l'augmentation du coût de la vie, l'absence de régulation expose les utilisateurs à des risques financiers, notamment des impacts sur leur score de crédit](#). C'est pourquoi, le contexte de réglementation européenne sur le sujet a également poussé les acteurs à prendre de l'avance afin de se préparer aux changements à venir. Face à la montée en puissance du paiement fractionné dans les offres des acteurs du crédit, le gouvernement britannique a d'ailleurs choisi [d'imposer](#) une régulation plus stricte en juin 2022.

Source : [Site officiel](#)



Pay for dining at your own pace with Plan It^{®‡}

Buy now and pay later in monthly installments to help stay in control for whatever comes your way.

Get Started

Qonto dévoile sa propre offre de financement en paiement fractionné

Europe – Paiement – 28/03/2024

La licorne française a annoncé la sortie d'un produit de financement particulier basé sur le principe du « Pay Later ». [Qonto](#) place son produit comme une alternative aux solutions existantes. Jusque-là dépendante de ses partenariats, La fintech devient entièrement autonome sur ce segment et se rapproche de son objectif de devenir la solution de référence en matière de gestion financière pour les PME.

LES FAITS

- Qonto a annoncé le lancement d'une offre de paiement fractionné à destination des PME et des indépendants.
- Il s'agit de la première solution de financement à court terme développée en interne par la fintech française, qui vient compléter les solutions basées sur des partenariats que Qonto proposait jusqu'à présent.
- Les clients peuvent demander l'accès à des fonds allant jusqu'à 10 000 euros. Si la demande est acceptée, l'argent est transféré immédiatement sur le compte du client.
- En ce qui concerne le remboursement, il débute 30 jours après la réception de la facture et se fait en 3 mensualités, sous 90 jours. Le taux d'intérêt mensuel est fixé à 1,17 %.
- Elle est accessible directement depuis l'application et le site internet de Qonto.

ENJEUX

- **Une offre de financement « Pay later »** : Qonto considère son offre comme du financement à court terme semblable à du BNPL (Buy Now Pay Later). Cela permet notamment aux clients de régler leurs factures de fournisseurs avec plus de flexibilité, sans pour autant devoir contracter un prêt classique et donc effectuer les démarches liées.
- **Répondre aux besoins de financement des PME** : Selon la [Commission européenne](#), le financement a représenté une difficulté pour les PME durant l'année 2023. Cette offre de paiement fractionné devrait donc palier en partie au problème et s'imposant comme une aide pour les petites sociétés en situation précaire.
- **Une étape à la hauteur des ambitions de Qonto** : La fintech a réaffirmé son objectif de devenir la solution de gestion financière de référence pour 1 million de PME et d'indépendants européens d'ici 2025. Cette prise d'autonomie en matière d'offre de financement est un pas de plus vers cet objectif.

MISE EN PERSPECTIVE

- Jusqu'à présent, les offres proposées sur la plateforme de financement de Qonto se faisait grâce à des partenariats. La fintech était donc liée à des acteurs comme Defacto, Karmen, Edebex, Riverbank, etc. Disponible en France, en Allemagne, en Italie et en Espagne, la plateforme a ainsi permis de financer 8 000 projets, pour un total de 60 millions d'euros.
- Toujours dans le but de devenir la solution de référence pour les PME, [Qonto avait annoncé début mars l'acquisition de Regate](#), une plateforme SaaS de comptabilité permettant de simplifier les liens entre entreprises et experts-comptables.

Source : [Communiqué de presse](#)



Stratégie d'acteur

Crédit Agricole anticipe le passage à la facturation électronique grâce à Kolecto et Doxallia

France – Paiement – 11/03/2024

En marge de la prochaine réglementation sur les factures électroniques, [Crédit Agricole](#) a souhaité communiquer sur ses innovations et ses solutions actuelles sur le thème. Grâce à [Kolecto](#) et à Doxallia, deux entités appartenant au groupe, Crédit Agricole sera bientôt en mesure de répondre aux exigences de ses clients et de la loi en discussion depuis maintenant plusieurs années et dont certaines obligations arriveront à partir du 1er septembre 2026.

LES FAITS

- Le groupe Crédit Agricole vient de communiquer sur ses solutions mises à disposition des entreprises pour faire face à la réforme de la facturation électronique.
- En effet, l'Etat français a rendu la facturation électronique obligatoire à partir du 1er septembre 2016, délai prévu pour que les entreprises puissent s'adapter à cette réglementation.
- Pour aider les entreprises françaises à répondre à ces exigences légales, le Crédit Agricole met donc à leur disposition deux solutions d'accompagnement vers les factures électronique.
- Il s'agit tout d'abord de Kolecto, une start-up créée dans le but d'accompagner les TPE/PME à mieux gérer leurs finances. Elle propose une assistance dans la dématérialisation des factures, dans l'accélération de leur traitement et du recouvrement, ainsi qu'une amélioration significative de la visibilité des situations financières.
- De son côté, la plateforme de dématérialisation Doxallia s'adresse aux ETI et aux grandes entreprises. Elle vise à simplifier la transition vers la facturation électronique et à établir un accompagnement personnalisé de ses clients sur les sujets de conformité ou d'intégration d'outils.

ENJEUX

- **Répondre à un grand besoin d'accompagnement** : Une étude d'IPSOS, Sopra Steria Next et Kolecto a révélé récemment qu'un quart seulement des entreprises françaises sont suffisamment informées sur cette réforme, et 40 % expriment des inquiétudes quant à leur capacité d'adaptation. Il est donc essentiel pour les entreprises françaises de pouvoir être soutenues par des acteurs dotés de réelles solutions comme Doxallia et Kolecto.
- **Une offre adaptée à tous les clients** : Le Crédit Agricole a su développer ses propres offres stratégiques afin de pouvoir accompagner ses clients sur la réforme de la facturation électronique, grâce aux spécificités de ses deux entités dédiées.
- **Doxallia en lice pour être PDP** : Doxallia explique avoir déposé sa candidature pour être immatriculé par l'Etat comme Plateforme de Dématérialisation Partenaire (PDP). Cela permettrait au Crédit Agricole d'être pleinement reconnu comme un acteur de la transition vers des factures électronique, et ainsi tirer parti de la réforme.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les obligations prévues pour l'e-invoicing et l'e-reporting vont s'échelonner progressivement à partir du 1 septembre 2026. A cette date, toutes les entreprises devront être en capacité d'accepter les factures électroniques et de les intégrer dans leur système de comptabilité. Les grandes entreprises devront également disposer de la capacité d'émettre des factures électroniques conformes et de les transférer automatiquement à leurs clients. Ces obligations suivront jusqu'en septembre 2027 pour les entreprises de taille inférieure. Cependant, toutes devraient être directement concernées directement par les obligations de conformité, d'archivage, etc.
- La loi sur la facturation électronique a plusieurs objectifs, notamment la lutte contre la fraude, la réduction des coûts liés à l'émission et au traitement des factures, et enfin une amélioration significative des échanges et du suivi des factures entre les entreprises.
- D'autres acteurs se placent également depuis déjà quelques temps pour être au cœur de la digitalisation de la facturation. En 2022 déjà, [Docaposte et Libeo, annonçaient un partenariat pour créer une plateforme certifiée](#) dédiée à la dématérialisation des factures.

Source : [Communiqué de presse](#)



Gocardless en passe de racheter Nuapay

International – Paiement – 21/03/2024

La fintech britannique des paiements bancaires GoCardless a annoncé avoir signé le 15 mars un accord avec EML Payments Limited pour l'acquisition de [Nuapay](#), l'activité open banking d'EML Payments. S'il venait à se concrétiser, ce rachat apporterait à [Gocardless](#) un avantage conséquent dans le secteur des paiements bancaires.

LES FAITS

- Le 15 mars dernier, Gocardless a donc annoncé la signature d'un accord pour le rachat de Nuapay.
- Gocardless souhaite intégrer les services de la plateforme d'open banking, afin de devenir un service complet de paiement bancaire. Gocardless pourra ainsi développer les domaines tels que la paie, les services financiers, les services publics, l'assurance, etc.
- Aujourd'hui, Nuapay a l'avantage d'être un prestataire de paiements de compte à compte important, et également un spécialiste de l'open banking.
- Grâce à l'expertise des deux entités, les entreprises clientes bénéficieront d'une prestation complète de services avec :
 - Les décaissements et encaissements des paiements à la fois par prélèvement bancaire, paiements en temps réel et par l'open banking ;
 - Des fonctionnalités améliorées permettant d'accroître le taux de réussite des paiements et de réduire la fraude.
- Cette annonce est encore sous réserve de l'obtention des approbations réglementaires.

ENJEUX

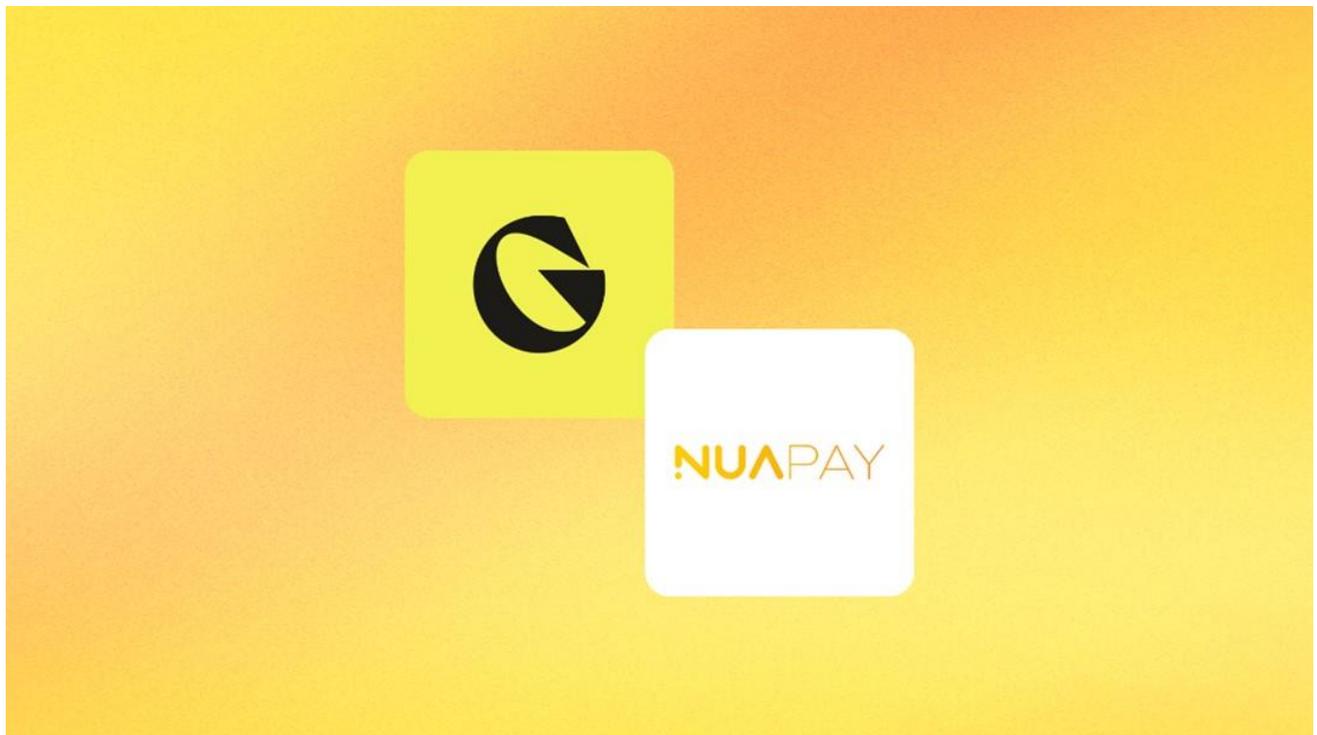
- **Une stratégie d'acquisition avec un double enjeu :**
 - Gocardless mise sur un développement technique avec l'élargissement de son offre de canaux indirects, en renforçant notamment sa position sur son marché.
 - La Fintech va également mettre la main sur un portefeuille client complet dans lequel se trouve des clients de premier ordre comme Elavon, Worldpay ou encore Cybersource.
- **Répondre à un marché en mouvement :** Cette annonce montre également la volonté des deux acteurs de répondre à la montée de l'open banking et du paiement compte à compte. L'intégration de Nuapay va permettre une mutualisation des compétences et des expertises, ainsi qu'un changement d'envergure important : deux éléments considérés comme clés pour répondre aux opportunités qui se profilent.
- **Objectif rentabilité :** Sur le plan financier, la fintech britannique indique être encore sur le chemin de la rentabilité mais cette acquisition devrait lui permettre d'accélérer dans cette voie.

MISE EN PERSPECTIVE

- Forte de ses 85 000 entreprises clientes, Gocardless est aujourd'hui un acteur clé du domaine des solutions de paiement bancaire qui traite plus de 35 milliards de dollars de paiements tous les ans, dans plus de 30 pays différents.

- En dehors de cette acquisition, Gocardless développe également ses partenariats. Récemment, [la société annonçait un partenariat avec Purse](#), autour de solutions à destination des e-commerçants.

Source : [Communiqué de presse](#)



Mollie lance son offre de financement en France

France – Paiement – 27/03/2024

[Mollie](#), prestataire de services financiers néerlandais, annonce étendre ses activités françaises avec le lancement de Mollie Capital, une solution de financement flexible pour les PME. Disponible uniquement pour les clients de la fintech, cette offre se présente comme alternative aux solutions traditionnelles de financement, notamment grâce à la rapidité de ses processus et à la flexibilité des remboursements. Avec cette annonce, Mollie affiche une fois de plus son ambition de devenir une banque de référence en matière de e-commerce.

LES FAITS

- Le 25 mars, Mollie annonçait le lancement de son produit « [Mollie Capital](#) » en France.
- Destiné aux PME et notamment aux e-commerçants, Mollie Capital est disponible uniquement pour ses propres clients, liés à la marque depuis au moins trois mois.
- Mollie Capital est un produit financier qui permet aux entreprises de faire une demande de prêt en quelques minutes et à celles qui sont éligibles de recevoir les fonds en moins de 24 heures selon Mollie.
- Lors de la demande, le client peut accéder à plusieurs montants qui lui sont proposés en fonction de ses besoins et de facteurs tels que l'historique de ses transactions avec Mollie. Lors de ce choix, le client est également informé des frais fixes liés au montant correspondant.
- Une fois le prêt accepté, le remboursement est automatique. Cependant celui-ci est indexé sur les ventes du client et correspond à un pourcentage établi à l'avance. Les échéances s'adaptent aux performances des clients qui bénéficie ainsi d'un remboursement flexible.
- Mollie explique que les fonds peuvent servir à des actions variées comme :
 - La constitution de stocks pour les saisons de pointe et les soldes ;
 - L'augmentation des dépenses en marketing ou en médias ;
 - La planification des coûts imprévus ;
 - Le soutien des dépenses pendant une baisse temporaire des ventes.
- Enfin, les clients ont l'opportunité de se refinancer après avoir remboursé 80 % du prêt initial.
- Le seuil de prêt actuel est de 100 000 euros et pourrait monter jusqu'à 250 000 euros si l'offre se développe selon les attentes de la société.

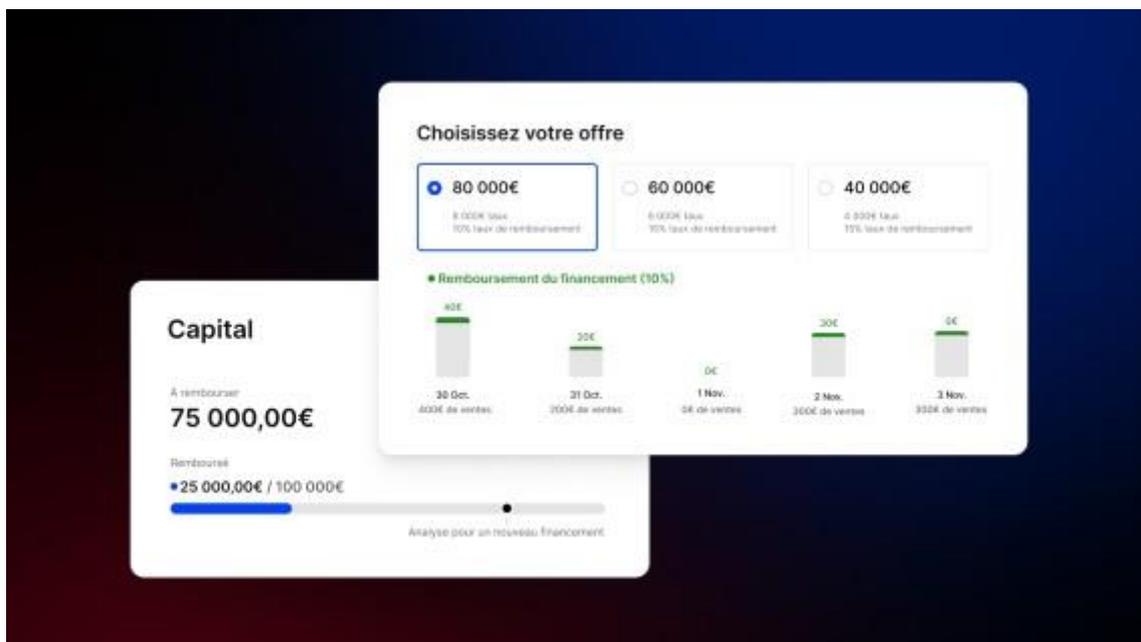
ENJEUX

- **Fluidifier le financement des jeunes entreprises :** Grâce au lancement de Mollie Capital, la fintech souhaite simplifier l'accès au financement pour les PME françaises et fluidifier les processus de remboursement. Cela permet également de soutenir les jeunes acteurs du e-commerce dans les périodes de forte activité où le manque de liquidité peut empêcher certains d'entre eux d'anticiper sur le volume des stocks, etc.
- **Garder ses clients captifs :** Mollie capital valorise aujourd'hui sa relation clients en leur permettant de gagner du temps sur les questions de financement. En effet l'ensemble du processus est géré au même endroit, c'est-à-dire sur la plateforme de Mollie, là où les clients perçoivent également leurs revenus. Le remboursement se fait donc en toute transparence que ce soit pour Mollie qui possède l'historique des revenus, et pour le client qui sait que son échéance est adaptée à ses revenus. Ce dernier peut donc se concentrer sur la gestion de ses activités.

MISE EN PERSPECTIVE

- En 2020 déjà, [Mollie avait partagé son ambition de devenir la banque de référence pour les e-commerçants](#). A cette époque-là, le PSP néerlandais avait levé près de 90 millions d'euros dans le but de développer et de proposer des services bancaires à ses clients e-commerçants. Un an plus tard et après une croissance exponentielle, [Mollie levait 665 millions d'euros](#), fonds qui lui ont permis de s'étendre à l'international et de financer sa R&D. Créée en 2004 aux Pays-Bas, Mollie compte aujourd'hui plus de 130 000 clients présents dans plusieurs pays d'Europe.
- Mollie n'est pas le seul PSP à se diversifier de la sorte. Son concurrent direct, [Adyen](#), avait annoncé en 2022 [son arrivée dans le marché du Banking-as-a-Service](#). La fintech évoquait l'envie de développer des produits financiers comme des comptes multidevises ou des solutions de financement.

Source : [Communiqué de presse](#)



Monnaie digitale & Web 3

N26 Crypto débarque en France

France – Paiement – 26/03/2024

[N26](#) a annoncé l'ouverture de son offre N26 Crypto à tous ses clients français. Ces derniers pourront donc profiter de la solution d'investissement en cryptoactifs directement sur leur application, sans souscrire à un abonnement particulier. Avec cette annonce, N26 affiche son ambition de devenir la banque numérique de référence en Europe en proposant un large panel de services à travers un maximum de pays.

LES FAITS

- La banque en ligne allemande a annoncé le lancement de son offre « N26 Crypto » en France, en lien avec la plateforme Bitpanda, grâce à un partenariat.
- N26 Crypto s'adresse à tous les clients de la néobanque, y compris les utilisateurs d'un compte gratuit. L'offre est conçue pour être simple, transparente, sécurisée et facile à gérer au quotidien selon N26.
- Pour y accéder, les clients peuvent se rendre dans une nouvelle section « Investissements », au sein de l'onglet « Finance » de l'application. Ils bénéficient ainsi d'une vision claire et actualisée de leur portefeuille de cryptoactifs.
- Concrètement, N26 Crypto propose une gamme de 200 cryptoactifs disponibles à l'achat et à la vente.
- Les ordres de transactions sont simplifiés afin de les rendre accessibles à tous, avec une confirmation de frais à chaque transaction pour éviter les frais cachés. Lors d'une action quel qu'elle soit, le solde du compte courant est débité ou crédité instantanément, et les actifs s'affichent directement dans le portefeuille.
- En ce qui concerne les tarifs, les clients N26 Metal bénéficient de conditions et de tarifs avantageux sur les transactions. Les frais de transactions sont à hauteur de 1 % pour le trading de Bitcoin et 2 % pour les autres actifs.
- Pour les clients standards, les frais sont respectivement de 1,5 % et 2,5 %.
- N26 précise que l'utilisation se fait entièrement sur l'application. Nul besoin de souscrire à un wallet ou à une plateforme extérieure car Bitpanda conserve les actifs directement sur sa plateforme.
- Enfin, la fintech propose des contenus de mises en garde et d'accompagnement afin de rendre l'utilisation la plus simple possible et de promouvoir une utilisation responsable.

ENJEUX

- **Déployer son service** : La fonctionnalité N26 Crypto était déjà disponible dans 7 des 24 pays où N26 est implanté. Son arrivée en France est liée notamment au déploiement récent d'un [IBAN français](#).
- **Rendre l'investissement accessible à tous** : La fonctionnalité N26 Crypto est pensée pour offrir un suivi quotidien facile et intuitif. Le but est de la rendre accessible au plus grand nombre, et de permettre aux novices de découvrir l'investissement sans complexité.
- **S'aventurer sur un marché en plein essor** : En développant ce produit en France, la néobanque s'ouvre de nouvelles perspectives. En effet, selon une [étude](#) de l'Association pour le développement des actifs numériques (Adan) 12 % des Français posséderaient des cryptoactifs en 2024. Si cette offre

rencontre son public, cela pourrait contribuer à rapprocher N26 du stade de référence en matière de banque en ligne du quotidien en France.

MISE EN PERSPECTIVE

- N26 se développe et déploie différents services dans d'autres pays en Europe. Plusieurs nouveaux produits, d'épargne, de comptes rémunérés et autres pourront ainsi aussi arriver en France, dans le courant de l'année. Aujourd'hui, N26 en France propose un compte courant (particulier/pro), des crédits à la consommation et des produits d'assurance.
- La banque numérique allemande n'est pas la première à proposer des offres d'investissement basées sur les cryptomonnaies. En effet, la néo banque britannique concurrente [Revolut](#) avait lancé sa propre offre de trading de crypto dès 2017. Fin 2021, [la licorne française Lydia annonçait à son tour la sortie de sa propre solution d'investissement en cryptoactifs](#).

Source : [Communiqué de presse](#)

