



Accueil > Services bancaires > Paiements > L'initiation de virement dans le commerce, encore loin de concurrencer la carte

L'initiation de virement dans le commerce, encore loin de concurrencer la carte

Les grands espoirs placés par des acteurs du marché dans l'initiation de virement pour proposer une alternative à la carte bancaire et surtout à Visa et Mastercard dans le commerce ont été refroidis. Le parcours client, le coût du virement instantané et l'absence de protection représentent autant d'obstacles à son développement. L'initiation de virement s'avère toutefois efficace en complément de la carte et plusieurs acteurs du paiement industrialisent la commercialisation de leur solution.

Par Aude Fredouelle. Publié le 17 novembre 2022 à 6h00 - Mis à jour le 16 novembre 2022 à 18h21

L'initiation de paiement (PISP) introduite par la seconde directive européenne sur les services de paiement (DSP2) ouvre des possibilités nouvelles pour le paiement e-commerce ou en magasin : le remplacement du paiement carte par une initiation de virement. En ligne, le client est rebasculé au moment de payer sur son application bancaire, où il s'authentifie pour valider le virement. En magasin, il reçoit un lien de paiement (ou flashe un QR code) qui l'envoie sur son application bancaire. Le virement déclenché peut être un virement classique mais aussi un virement instantané (SCT Inst), qui a pour avantage d'assurer le versement des fonds immédiat au commerçant. Mais près de deux ans après l'entrée en vigueur de la DSP2 – après de multiples reports – fin 2020, ce cas d'usage s'est-il vraiment développé ?

➤ De nombreux obstacles

Désormais, tout le marché s'accorde pour le dire : non, le virement ne remplacera pas la carte bancaire dans le commerce, du moins pas à court ou moyen terme. *“Le paiement par virement est beaucoup plus compliqué que ce que l'on a pu s'imaginer, pour plusieurs*

raisons, reconnaît par exemple Pierre-Antoine Vacheron, directeur général en charge des paiements du groupe BPCE. D'abord, il ne comporte pas de protection du consommateur et le virement instantané étant irrévocable, c'est un frein important. Ensuite, contrairement aux flux monétiques, les flux de virements sont plus compliqués à tracer chez le bénéficiaire. Résultat : souvent, le commerçant ne sait pas s'il a été payé ou non. Troisième frein : il est difficile de parvenir à une bonne ergonomie en faisant en sorte que les références et l'IBAN soient rentrés de façon standard. Et les solutions de paiement en "one click" qui existent avec la carte ne sont pas disponibles sur le virement. Enfin, lorsque l'on utilise le virement instantané, de nombreuses banques le facturent environ 1 euro pour le porteur." Sans compter que "le standard des API open banking n'est pas toujours respecté", ce qui affecte l'expérience client et le taux de succès des transactions.

Lire aussi

Alain Lacour (Lyra) : "Pour l'initiation de virement, demander l'IBAN en entrée, c'est une façon de tuer la DSP2"

Résultat : chez BPCE, l'initiative annoncée en 2018 avec Air France, destinée à proposer aux clients du groupe de payer en virement instantané sur le site de la compagnie, a fait long feu. Aucune autre déploiement similaire n'a été mis en place depuis avec un commerçant. En février 2021, Natixis Payments a **cependant permis à Generali** de proposer un parcours de paiement des cotisations basé sur le virement instantané. Si cette méthode représente moins de 5 % des volumes de paiement, *"cela fonctionne bien et nous réfléchissons à l'étendre à d'autres polices d'assurances que celles pour lesquelles c'est déjà proposé"*, assure Pierre-Antoine Vacheron. Chez Crédit Mutuel Arkéa, **une expérimentation annoncée en juillet 2020** et ciblant les petits professionnels, avec un scan de QR code amenant à un parcours de paiement open banking, n'a pas non plus été prolongée.

De même, le géant du paiement Adyen ne propose pas encore à ses clients commerçants l'initiation de paiement dans l'Hexagone. *"Nous offrons ce moyen de paiement depuis plusieurs années dans certains pays, notamment les pays nordiques ou la Pologne, et nous le lancerons d'ici la fin de l'année avec Tink au Royaume-Uni,* indique **Virginie Melaine-Christensen**, directrice des moyens de paiement locaux et alternatifs EMEA. *Mais pour les autres pays européens, nous attendons d'avoir une demande des marchands et que l'infrastructure bancaire soit prête. En France, ce n'est pas encore le cas. Les taux de conversion y oscillent entre 30 et 90 % selon les banques, alors qu'ils sont aux alentours de 80 % chez toutes les banques au Royaume Uni"*.

Moyen de paiement complémentaire

Malgré ces freins, des déploiements commencent à voir le jour. Avec un mot d'ordre : la complémentarité avec la carte bancaire, et non pas son remplacement. Le paiement par virement peut surtout être utile *“quand il y a des enjeux de succès de la transaction par carte, car le montant est trop élevé pour le plafond carte, ou bien quand la carte ne fonctionne pas pour une autre raison, en donnant la possibilité de passer par virement en “retry” pour augmenter le taux de succès pour l’e-commerçant”*, commente Pierre-Antoine Vacheron. Pour **Christian Gnanou**, directeur des offres et de la lutte contre la fraude sur les paiements chez Société Générale, *“le paiement par initiation de virement en mode open banking va plutôt en partie remplacer ce qui était auparavant payé en virement classique. Mais sans avoir besoin de rentrer le montant et l’IBAN, avec un parcours plus simple qui réveillera l’application bancaire et le client devra s’authentifier.”*

➤ **Premières offres : BNP Paribas, Market Pay, Fintecture...**

BNP Paribas a annoncé en mars 2021 le lancement d’Instanea, solution d’acceptation de virements instantanés en e-commerce (et désormais en points de vente également) passant par l’initiation de paiement autorisée par la DSP2. *“Pour les commerçants, le principal moteur était le coût, mais aussi l’amélioration des taux de conversion et la problématique des gros paniers*, confirme **Loubna El Addouli Gallah**, responsable marketing dans la filiale cash management du groupe. *Certains proposaient aussi déjà le virement, mais avec une expérience client moins fluide. En magasin, ils donnaient l’IBAN au client pour qu’il fasse le virement de chez lui, et en ligne, le client devait aller sur le site de sa banque, rentrer l’IBAN dans sa liste de bénéficiaires et réaliser le virement avec la référence donnée par l’e-commerçant. Souvent, le client oublie la référence et le commerçant n’arrive pas à identifier le paiement, ce qui crée de la friction et des réclamations.”*

Pour développer la solution, BNP Paribas a mené des ateliers de co-construction avec un grand nombre de clients e-commerçants dès 2019, en anticipant l’entrée en vigueur de la DSP2 et le développement du virement instantané, raconte Loubna El Addouli Gallah. *“Nous sommes entrés en production début 2021, dès que nous avons eu des taux de succès acceptables au niveau des API d’initiation.”* L’offre pour les points de vente a quant à elle été lancée en production en juillet 2021 avec de premiers magasins Castorama. Le payeur reçoit alors un lien par email ou SMS – une brique gérée par la start-up Paytweak. Enfin, un troisième cas d’usage a été développé, toujours avec Paytweak : celui du recouvrement de créances.

BNP Paribas s’appuie sur la plateforme Token. *“C’est notre prestataire technique, mais BNP Paribas reste l’initiateur de paiement, même si Token est agréée pour le faire”*, précise Loubna El Addouli Gallah. Après un an et demi de pilote, la responsable dresse un bilan positif. *“Instanea est aujourd’hui déployée chez moins d’une centaine de grands comptes, car nous étions en mode pilote, mais l’objectif est désormais de passer à son*

industrialisation, car la solution est appréciée par nos commerçants et leurs clients. Nous mettons désormais Instanea à disposition de tous nos clients en France et nous préparons le déploiement dans d'autres pays début 2023 : Belgique, Allemagne... Nous aurons la capacité de le déployer dans toute la zone SEPA". Tous les mois, "plusieurs dizaines de milliers d'opérations" sont gérées via Instanea, et le palier de 1,5 million d'opérations réussies sera franchi d'ici la fin de l'année.

Market Pay, solution de paiement historique du groupe Carrefour désormais contrôlée par AnaCap, a de son côté développé sa solution Pay By Bank en 2020. "À cette époque, ce n'était pas optimal et le produit n'était pas prêt pour être commercialisé", se souvient **Alexandre Lenhardt**, product manager. Market Pay a déployé la solution en point de vente (mais pas encore en ligne) chez de premiers clients au sein du groupe Carrefour. C'est le cas de Carrefour Voyages, qui l'a lancée dans ses 136 agences physiques. Comme Instanea, Market Pay propose aussi une solution de recouvrement avec Paytweak, déjà déployée au sein du groupe Carrefour.

Société Générale, de son côté, a choisi de s'appuyer sur Fintecture, dans laquelle le groupe a d'ailleurs investi. Le groupe oriente ses clients vers la plateforme, pour le paiement en magasin ou en ligne. "Il s'agissait dans un premier temps d'une expérimentation menée auprès de grands comptes", explique **Alexandrine Faure**, responsable e-commerce et acquisition monétique du groupe bancaire. Société Générale et Fintecture ont fait des propositions communes à 100 commerçants et ont contractualisé avec un quart d'entre eux. "Nous avons validé le partenariat cet été avec Fintecture et nous pourrions désormais en faire une communication plus large. Dès septembre, nous avons commencé à former tous les experts flux qui s'occupent de tous les comptes et nous allons diffuser des fiches produits auprès des chargés de clientèle du réseau." Le partenariat d'apport d'affaires pourrait passer à l'étape supérieure. "Passer en marque grise ou blanche fait partie de nos réflexions", glisse Christian Gnanou. Parmi les clients amenés par Société Générale : Auchan et Decathlon.

Lire aussi

Faysal Oudmine : "Fintecture a remporté 27 appels d'offres auprès de grands commerçants"

Résoudre les freins au développement de l'initiation de paiement

En construisant leurs offres, les acteurs du paiement se sont attaqués à tous les freins évoqués plus haut par Pierre-Antoine Vacheron. À commencer par celui de la réconciliation. "Avec Instanea, nous permettons au commerçant d'indiquer la référence du virement pour régler et automatiser le problème de la réconciliation", explique ainsi Loubna El Addouli Gallah, de BNP Paribas. Quant au problème du manque de protection

comparé à la carte bancaire *“nous réfléchissons à ce que l'on pourrait faire, notamment avec des clients voyagistes”*, ajoute la responsable.

Tous les acteurs se sont aussi concentrés sur la simplification et la fluidification du parcours client. *“D'abord, nous avons travaillé sur la partie du parcours que nous gérons en tant que PISP, pour la rendre la plus légère et dynamique possible et favoriser son adoption, raconte Alexandre Lenhardt, de Market Pay. Ensuite, il y a le parcours côté banque. Depuis un an, les banques ont fait un réel effort sur le développement du parcours web to app, ce qui facilite grandement l'étape de connexion du client à son espace bancaire, car l'identifiant est pré-saisi et l'authentification se fait souvent par biométrie. Les utilisateurs sont par ailleurs plus enclins à valider un virement dans l'application de leur banque que sur une page Web.”* À terme, il espère même voir émerger des *“parcours 100 % intégrés sans redirection systématique vers l'espace bancaire”*, et une remise en question de l'authentification forte systématique – les TPP réclament une délégation d'authentification pour certains cas.

➤ **Taux de conversion moins élevés qu'avec la carte**

Les parcours open banking ne sont cependant pas encore aussi fluides que les parcours de paiement par carte et les taux de conversion ne peuvent pas rivaliser. *“Il peut y avoir plusieurs causes de rejet, explique Loubna El Addouli Gallah. Parfois, le consommateur ne va pas au bout du parcours parce qu'il se retrouve sur sa page bancaire mais n'a pas son identifiant. Mais dans 60 % des cas, il s'agit de rejets fonctionnels, car il n'y a pas de provisions suffisantes sur le compte. Et enfin, il y a des rejets techniques, car l'API de la banque a un problème. Mais ce dernier cas diminue progressivement depuis mars 2021 avec l'amélioration des API.”* Autre élément notable : l'initiation de paiement dans le commerce nécessite une authentification forte systématique puisque l'IBAN du commerçant n'est pas dans la liste des bénéficiaires du payeur. Chez BNP Paribas, Instanea a en moyenne enregistré un taux de succès de 70 % en 2022, contre 92 à 94 % pour les paiements carte avant la mise en place de l'authentification forte (les taux oscillent plutôt entre 82 et 90 % aujourd'hui).

Chez BPCE Payment Services, qui a réalisé quelques expérimentations avec la plateforme d'open banking Bridge, *“le taux de succès de transaction par virement oscille autour de 60 %”*, révèle Pierre-Antoine Vacheron.

Pour autant, l'initiation de paiement étant vue comme une solution de repli complémentaire à la carte, ces taux satisfont les commerçants. *“Cela reste un nouvel usage, avec un taux plus bas qu'un paiement carte et c'est pour cela qu'on le propose sur un champ d'action où la carte connaît aussi un gros problème de conversion, commente Alexandre Lenhardt, de Market Pay. Par exemple, le taux de conversion du paiement carte est inférieur à 50 %*

quand on dépasse un panier de 3 000 euros. Dans ce cas, proposer Pay by Bank permet de l'améliorer."

BPCE mise sur la plateforme d'open banking Bridge

Si BPCE Payment Services n'a pas déployé de solution de paiement par virement instantané chez des commerçants, le groupe assure avoir de grandes ambitions en la matière, sur le segment e-commerce. *"C'est parce que l'on pense que les paiements par virements prennent une place croissante que l'on a pris 25 % du capital de Bridge, assure Pierre-Antoine Vacheron. Nous sommes arrivés à la conclusion que pour offrir du paiement par virement, il faut ajouter à l'initiation de virement des services à valeur ajoutée pour les commerçants : aide pour saisir les IBAN, lien de traçabilité avec la comptabilité..."* BPCE Payment Services continuera d'opérer en tant que PISP pour des cas d'usage simples, et Bridge interviendra sur des parcours plus complexes. *"Nous allons d'abord nous concentrer sur l'e-commerce. La proximité est un sujet pour plus tard, que l'on abordera probablement par EPI puisque l'initiative a abandonné le volet carte pour se concentrer sur un schéma de paiement autour des virements. Un wallet permettant de réaliser facilement des virements instantanés entre particuliers ou particuliers et commerçants représenterait un réseau d'acceptation pour utiliser le virement en magasin",* prévoit le directeur général. Bridge et Xpollens, plateforme de "payment-as-a-service" de BPCE, sont notamment en train d'élaborer une offre d'initiation de virement pour gérer les remboursements. *"Nous mettons en place des IBAN virtuels pour tracer les flux sortants vers le commerçant et faciliter le remboursement vers le consommateur si besoin".* La solution de paiement PayPlug intégrera quant à elle le virement instantané *"plutôt au deuxième semestre 2023"*.

➤ Moins de 5% des encaissements des commerçants

L'initiation de paiement ne représente encore souvent qu'une petite partie des encaissements des commerçants qui l'ont adoptée. Chez BNP Paribas, *"Instanea était en pilote chez nos clients donc le déploiement a été progressif, pas forcément à grande échelle, explique Loubna El Addouli Gallah. Cela ne représente donc pas une grande part de leurs encaissements, mais ils voient que cela progresse et les résultats ont été satisfaisants puisque nos clients ont fait le choix de maintenir le moyen de paiement et d'industrialiser."* Au lancement, plusieurs commerçants fournissaient Instanea en solution de repli, lorsque le paiement carte n'aboutissait pas. *"Mais rapidement, beaucoup l'ont ajoutée directement comme un bouton additionnel sur la page de paiement"*. En point de

vente, les deux options sont proposées. Le groupe Kingfisher (Castorama, Brico Dépôt) la pousse par exemple quand la carte ne passe pas.

Chez Carrefour Voyages, qui utilise la solution de Market Pay, *“les premiers volumes confirment que le produit a sa place, en complément de la carte”*, glisse Alexandre Lenhardt. La solution est parfois proposée directement, sur des paniers très élevés, ou bien en *“retry”*, pour des paniers de 1 000 à 3 000 euros. Pay By Bank représente jusqu'à 5 % du total des paiements en moyenne. D'autres clients, e-commerçants et magasins physiques, ont été signés hors du groupe Carrefour mais ne sont pas encore déployés.

La proportion est par exemple similaire chez Bricoman, qui utilise la solution Fintecture. Nos confrères de *mind Retail* **ont ainsi révélé en octobre 2022** que le paiement par initiation de virement représente 5 % du chiffre d'affaires Web et environ un client sur sept selon les magasins.

Chez BPCE payment Services, qui commence à explorer le sujet avec la plateforme Bridge, dont le groupe est actionnaire (voir encadré), Pierre-Antoine Vacheron imagine *“qu'à un horizon de 7 ou 8 ans, 15 % des paiements e-commerce pourraient passer par ce biais”*, même si c'est *“aujourd'hui très marginal”*. *“Nous sommes convaincus que les caractéristiques de l'IP sont celles du paiement de demain, mais pour qu'il soit effectivement utilisé, il faudra du travail et parvenir à une qualité d'expérience client élevée”*, ajoute-t-il.

➤ Favoriser l'adoption avec la formation

Pour favoriser l'adoption de cette solution de paiement en magasin, les acteurs du paiement misent sur la formation. BNP Paribas a ainsi accompagné le groupe Kingfisher en ce sens. *“Nous avons aidé à former les équipes en point de vente et le groupe a défini des plaquettes pour expliquer le parcours au client et l'accompagner”*, commente Loubna El Addouli Gallah. Même stratégie chez Market Pay. *“Chez Carrefour Voyages, nous avons beaucoup insisté sur la formation et la pédagogie avec les agents, pour qu'ils comprennent la valeur de cette solution et puissent l'expliquer voire la promouvoir auprès du client”*, assure Alexandre Lenhardt.

Les stratégies de ciblage des commerçants s'affinent également. Fintecture, par exemple, qui était initialement positionnée sur les commerçants BtoC, propose désormais une plateforme plus complète de digitalisation des flux BtoB. *“Nous nous sommes rendus compte qu'en BtoC, le virement instantané par open banking est une solution de paiement alternative complémentaire pour le marchand et le client, qui ne représente qu'une petite part de marché, expliquait Faysal Oudmine, CEO de Fintecture, à mind Fintech en septembre dernier.*

Chez BNP Paribas, Instanea cible pourtant les commerçants BtoC. Il faut dire que la banque commercialise auprès d'eux sa solution de paiement complète Axepta, dont Instanea n'est que l'un des moyens de paiement, alors que Fintecture manquait de volumes avec sa solution d'initiation de paiement unique. Chez Market Pay, Pay By Bank est aussi *"une brique de notre solution omnicanal"*, explique Alexandre Lenhardt. *"C'est par exemple un très bon argument pour renforcer la proposition de valeur de PayWish, notre SoftPOS, auquel Pay by Bank est intégré."*

BNP Paribas propose aussi sa solution à des commerçants BtoB, *"mais des petits professionnels"*, souligne Loubna El Addouli Gallah. La raison : la personne qui réalise le paiement doit avoir accès au compte bancaire pour réaliser le virement en open banking, ce qui n'est souvent pas le cas dans une grande entreprise. *"Ce problème sera réglé avec l'arrivée du schéma Request To Pay (RTP) : cela permettra d'envoyer la demande à la personne qui a les accès et est habilitée pour payer via le RTP"*, prévoit la responsable. Autre cible de BNP Paribas : *"les clients qui ont des wallets ou équivalents et pour qui l'initiation de virement permet de les alimenter sans se soucier du plafond carte"*.

Lire aussi

Request to Pay : quels cas d'usage et business model ?

Les cibles sont les mêmes chez Société Générale : *"nous visons des commerçants avec des gros paniers et les commerçants BtoB, par exemple dans le BTP ou le médical, dévoile Alexandrine Faure. Dans ce cas, nous sommes plutôt sur une cible d'artisans car il faut qu'ils aient accès au compte bancaire."*

Le frein du prix : l'IP bientôt gratuit ?

Pour le commerçant, le coût de l'encaissement par virement est moins élevé qu'un paiement carte. *"C'est surtout le cas pour les montants importants, où le prix de l'initiation de virement est très inférieur au niveau d'interchange"*, souligne Alexandre Lenhardt de Market Pay. Pour les paiements avec des cartes commerciales, où l'interchange est de 0,90 %, la comparaison est en effet d'autant plus intéressante. Virginie Melaine-Christensen, d'Adyen, souligne par ailleurs *"qu'avec l'open banking, il n'y a pas de coût d'authentification pour le marchand, alors qu'il paye le 3DS pour le paiement carte"*. Ceci dit, *"sur de tout petits paniers, rappelle-t-elle, l'open banking n'est pas forcément moins cher que le paiement carte puisqu'il y a un coût fixe par transaction."*

Mais du côté du client final, l'équation est moins intéressante. Le virement instantané est souvent facturé par la banque, à hauteur d'un euro. Un frein non négligeable face au paiement carte, qui reste gratuit. La Commission européenne veut toutefois obliger toutes les banques dans l'Union européenne à proposer une offre de paiement instantané sans

frais supplémentaires par rapport au virement classique, selon une proposition de législation présentée en novembre 2022.

Mais d'ici la généralisation de la gratuité du virement instantané (déjà proposée par certaines banques françaises, comme Crédit Mutuel Arkéa, Boursorama et La Banque Postale), les clients seront-ils prêts à payer un euro pour un paiement par virement dans le commerce ? *“C'était un vrai point d'interrogation et certains commerçants avaient envisagé de prendre en charge le coût en baissant le prix du panier d'un euro, explique Loubna El Addouli Gallah. Mais finalement, ils n'ont pas eu besoin de le faire : quand le client a un gros panier et veut finaliser son achat, il accepte le coût supplémentaire et il est conscient que c'est sa banque qui le facture – nous expliquons que la banque pourra appliquer des frais quand il sélectionne ce mode de paiement”.*

D'autres choisissent plutôt de passer par le virement standard. *“Pour certains commerçants, l'instantanéité n'est pas importante, par exemple parce qu'ils ne déclenchent pas la livraison directement”*, poursuit la responsable. Chez Instanea, la plupart choisissent cependant le virement instantané. Au contraire, Market Pay *“encourage le commerçant à passer par le virement standard”*, explique Alexandre Lenhardt. Et Fintecture a mis au point une solution de virement *“immédiat”*, qui passe soit par du virement instantané, soit par du virement SEPA, selon les cas.

➤ **Le business model du virement instantané en question**

Si le virement instantané est facturé par de nombreuses banques, c'est parce que *“l'équation du business model de l'IP n'est pas encore mature. Le régulateur s'impatiente et envisage de rendre la gratuité obligatoire pour démocratiser le virement instantané, mais il manque une contrepartie pour les banques”*, explique Alexandre Lenhardt, de Market Pay. Si le développement du virement instantané permet aux commerçants de diminuer leurs coûts d'encaissement en s'affranchissant de Mastercard et Visa, le business model pour les banques est en effet plus compliqué. Contrairement à la carte, le virement ne rapporte pas d'interchange. Un contexte qui freine les velléités du marché pour le déployer à grande échelle... et pour créer une bonne expérience client pour l'initiation de paiement, glisse Virginie Melaine, d'Adyen.

Un temps, la solution a semblé venir d'EPI, initiative poussée par la Commission européenne pour créer un moyen de paiement alternatif aux schémas de Visa et Mastercard. Mais l'abandon du projet par de nombreuses banques a fragilisé l'initiative, qui a revu ses ambitions à la baisse en abandonnant son projet de carte et en misant sur le développement d'un wallet. *“On peut tout de même imaginer que lorsqu'on aura un schéma de virement type EPI, il y aura une marge pour les différents acteurs impliqués, espère Pierre-Antoine Vacheron. Cela permettrait de standardiser une proposition de valeur.”* Chez Société Générale, *“l'objectif est de réfléchir plus largement au paiement*

account-to-account, révèle Christian Gnanou. *Nous réfléchissons à des projets pour mettre en place un système directement basé au niveau de la banque, sans utiliser la DSP2, via un EPI, un Paylib augmenté... "*

D'autres initiatives planchent sur le sujet au niveau européen. *"Des travaux ont lieu au niveau interbancaire, notamment avec le schéma SPAA (SEPA Payment Account Access) qui est en discussion notamment au sein de l'EPC, commente Loubna El Addouli Gallah. L'objectif est que les banques puissent proposer aux TPP une API premium avec des services additionnels et une rémunération pour les parties prenantes."* Alors qu'un PISP doit aujourd'hui intégrer chaque API de chaque banque en gérant ses spécificités, SPAA proposerait donc une API unique *"permettant d'accéder à un hub alimenté par les banques, facilitant l'intégration, standardisant l'information et l'enrichissant pour améliorer l'expérience de l'utilisateur et du marchand"*.

L'initiation de virement, levier de croissance pour les plateformes d'open banking

Les plateformes d'open banking comme Tink, Bridge, Powens (ex-Budget Insight) misent beaucoup sur l'initiation de paiement pour dynamiser leur croissance, comme le montre notre dernier panorama sur ces acteurs en France. Mais, comme nous l'expliquions alors, *"les premiers cas d'usage résident plutôt dans les virements de compte à compte (dans les PFM par exemple), mais aussi le paiement de factures, le "top-up" de wallet comme PayPal ou Lydia (avec Tink) ou de plateformes d'investissement comme WiSEED (avec Bridge), et le recouvrement de créances (Bridge indique travailler sur le sujet avec Alma)." Dans le commerce, les déploiements sont plus timides. "Nous y travaillons avec des acteurs comme Cdiscount ou encore la marketplace de pièces agricoles Tractor, qui sont déjà en production", nous indiquait Matthieu Poitrimolt, de Bridge, en novembre 2021, tandis que TrueLayer annonçait un déploiement imminent avec le site de vente de voitures Cazoo. Powens, de son côté, adopte donc une stratégie différente : s'allier aux acteurs du paiement. Pari réussi pour Tink, qui a décroché le partenariat avec Adyen.*

Aude Fredouelle