



## Baromètre de l'innovation chez les jeunes acteurs du paiement innovant et exerçant en France

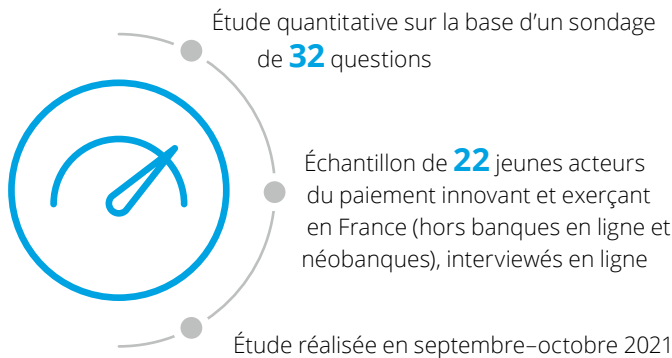
Janvier 2022

# 1. Comment se compose l'échantillon des acteurs ayant répondu à ce baromètre ?



## ► Méthodologie du baromètre

Le baromètre a été réalisé selon la méthodologie suivante :



Pour confirmer les résultats de notre étude quantitative, cette dernière a été complétée par la réalisation d'interviews auprès d'**acteurs du marché du paiement considérés comme matures et n'ayant pas participé à notre sondage.**

Les éléments présentés dans le présent baromètre seront étayés dans une autre étude Deloitte à paraître en 2022 portant sur l'intégralité du marché Français.

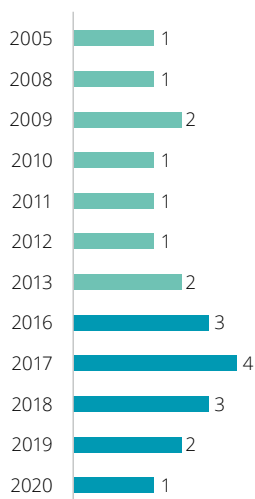
## ► Carte d'identité des jeunes acteurs innovants du paiement exerçant en France et ayant répondu à ce baromètre

### Création

Les premiers jeunes acteurs innovants font leur apparition **dès les années 2000...**



Nombre de jeunes acteurs innovant créés sur les dernières années



... mais une forte croissance s'observe depuis quelques années, puisque plus de la moitié d'entre eux a été créée après 2016.

### Composition

Les acteurs sont de tailles hétérogènes.



En moyenne, **60%** ont **moins de 50 employés...**



... et moins de **10%** ont plus de **250 employés.**

### Licence

**68%** sont régulés (prestataire de services de paiement type TPP, PISP ou AISP, établissement de crédit, établissement de monnaie électronique, agent prestataire de services de paiement, exemption d'agrément)...



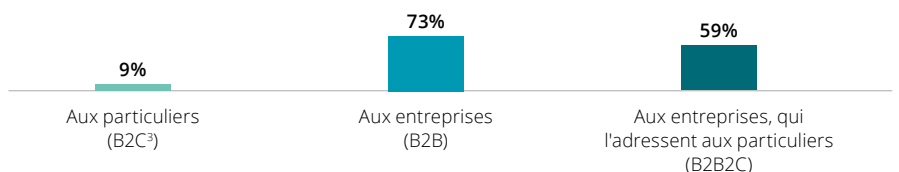
... avec **73%** d'entre eux qui possèdent une **licence de PSP** (prestataire de services de paiement), et qui peuvent donc créer et gérer un compte de paiement.

### Business model

Les acteurs développent principalement des **solutions B2B<sup>1</sup> ou B2B2C<sup>2</sup>.**



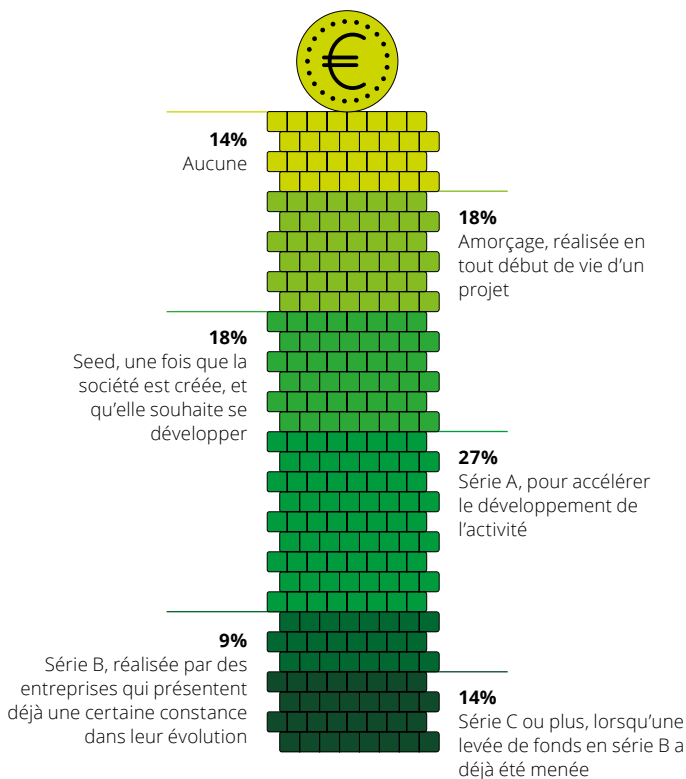
À qui s'adresse votre solution ?



<sup>1</sup> B2B : business to business ; <sup>2</sup> B2B2C : business to business to consumer ; <sup>3</sup> B2C : business to consumer

## ► Le potentiel de croissance de l'écosystème du paiement en France est fort...

Quelle est la dernière levée de fonds que vous avez réalisée ?



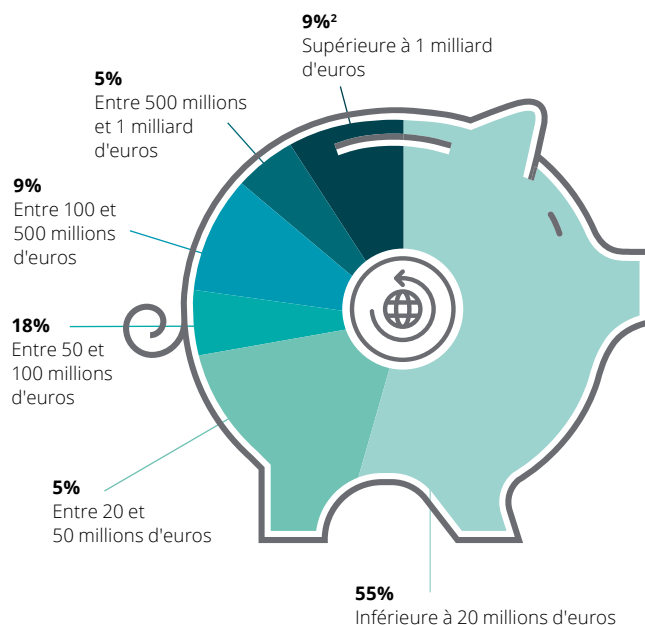
### L'écosystème est celui levant le plus de fonds en France :

1 498,9 millions d'euros ont été levés sur le premier semestre 2021 par les fintechs françaises, ce qui représente **181% du montant total levé en 2020<sup>1</sup>**.

La courbe de distribution de ces levées de fonds dans l'écosystème reste équilibrée, ce qui témoigne de l'intérêt que portent les investisseurs à ce marché.

<sup>1</sup> Source : Étude France Fintech/BPI France

Valorisation déclarée de l'ensemble des activités (en France et à l'international)



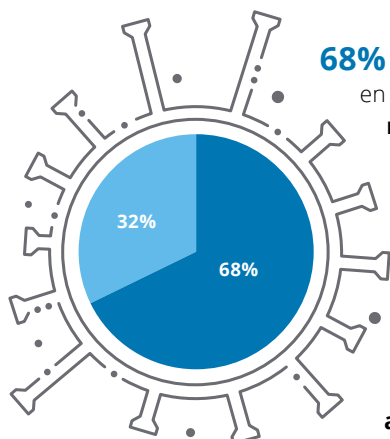
55% des acteurs déclarent une valorisation inférieure à 20 millions d'euros, ce qui confirme le **potentiel de croissance du marché<sup>2</sup>**.

Point de vue d'un acteur considéré comme mature dans l'écosystème du paiement : « En termes d'industrialisation, la partie la plus importante est encore devant nous. »  
*Tink, plateforme d'open banking*

<sup>2</sup> Valorisation d'acteurs évoluant sur le marché français et à l'international

## ► ... et la prise de conscience existe depuis longtemps, bien avant la crise de la Covid-19

La crise de la Covid-19 vous a-t-elle poussé à transformer votre offre/produit ?



**68%** des jeunes acteurs du paiement exerçant en France estiment que la crise de la Covid-19 ne les a pas poussés à transformer leur offre ou leur produit...



... mais plus d'un acteur sur deux considère qu'elle a eu un **impact positif sur son activité en 2020**.

« Nous avons vu une recrudescence des demandes venant du secteur du retail<sup>3</sup>, pour refondre leurs services de paiement digitaux : cartes cadeaux virtuelles, sites marchands, *marketplaces*, *e-wallets*. En effet, la crise sanitaire aura **accélééré** leur transformation et donc leurs **projets digitaux en matière de paiement**. Notre offre était déjà existante, mais elle a attiré un nouveau type de clients. »  
*Acteur interrogé*

<sup>3</sup> Commerce de détail

## 2. Comment les jeunes acteurs du paiement innovent-ils en France et distribuent-ils leurs solutions ?

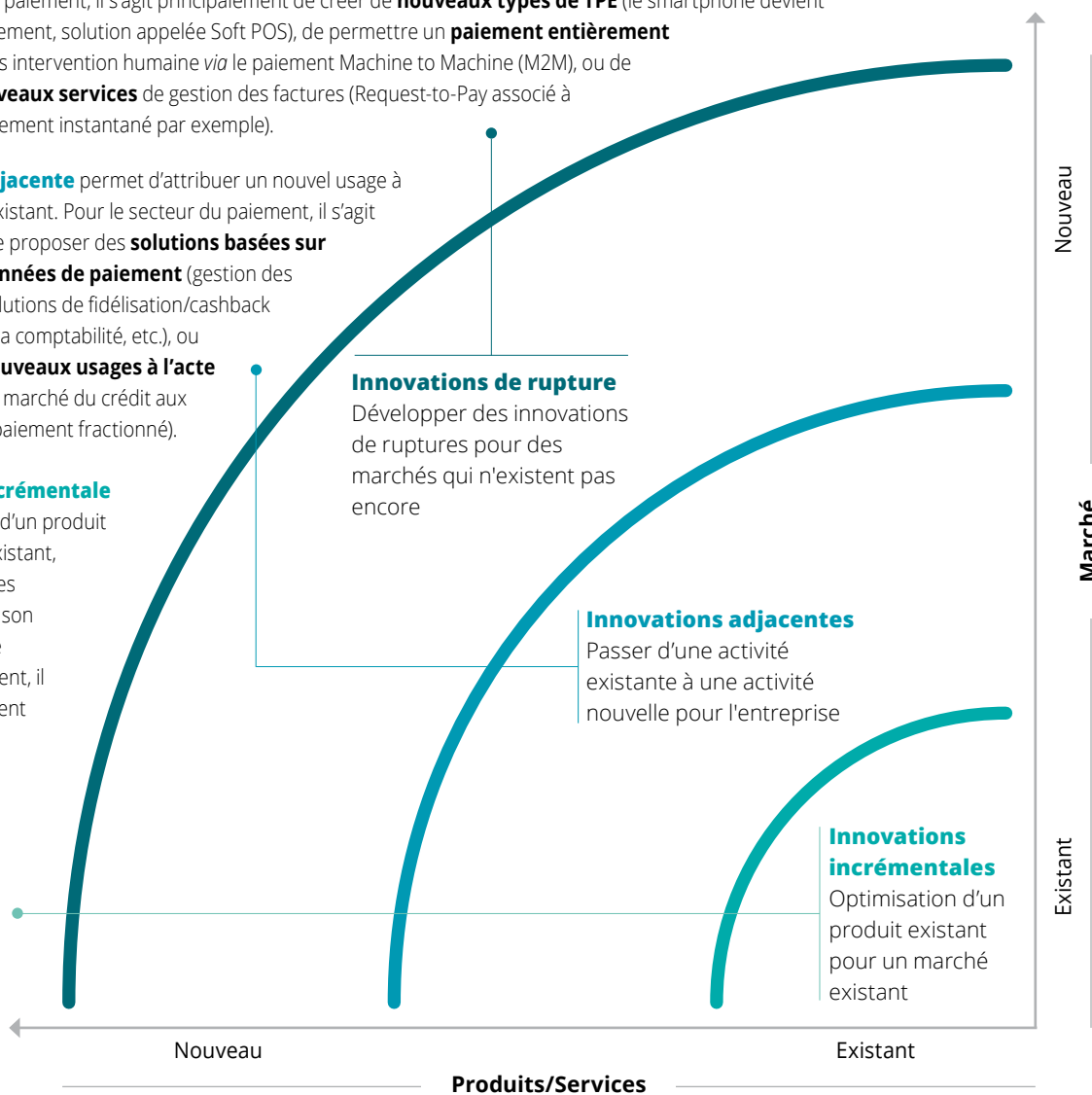


- Les écosystèmes ayant des antécédents d'innovation efficaces maintiennent un portefeuille qui comprend trois types d'innovations : incrémentales, adjacentes et de rupture<sup>1</sup>

**L'innovation de rupture** consiste à créer un nouveau produit sur un nouveau marché, sans lien avec un besoin ou une demande exprimée. Pour le paiement, il s'agit principalement de créer de **nouveaux types de TPE** (le smartphone devient le terminal de paiement, solution appelée Soft POS), de permettre un **paiement entièrement transparent** sans intervention humaine *via* le paiement Machine to Machine (M2M), ou de proposer de **nouveaux services** de gestion des factures (Request-to-Pay associé à l'initiation d'un virement instantané par exemple).

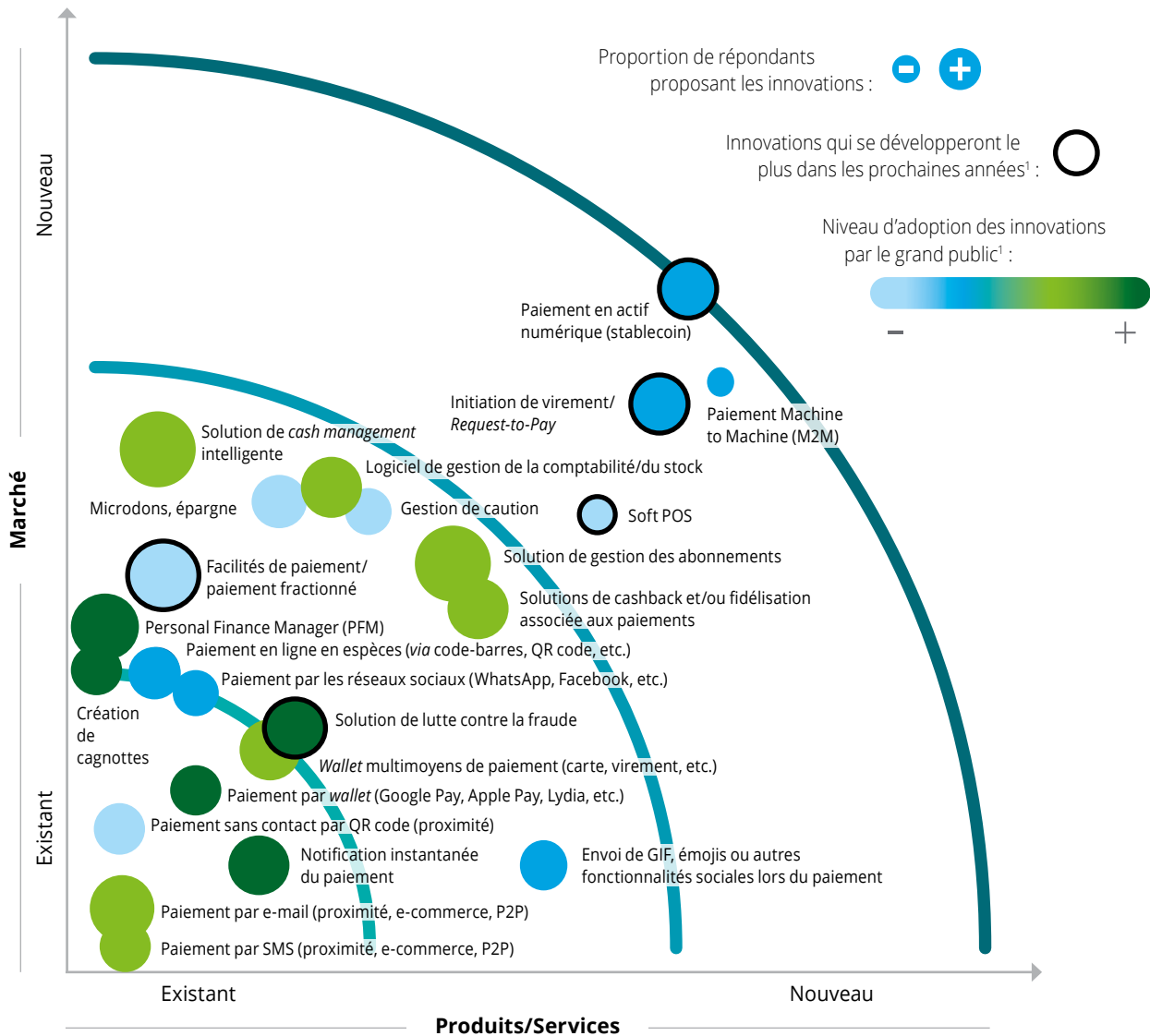
**L'innovation adjacente** permet d'attribuer un nouvel usage à un produit déjà existant. Pour le secteur du paiement, il s'agit principalement de proposer des **solutions basées sur l'analyse des données de paiement** (gestion des abonnements, solutions de fidélisation/cashback ou de gestion de la comptabilité, etc.), ou **d'associer de nouveaux usages à l'acte d'achat** (ouvrir le marché du crédit aux paiements *via* le paiement fractionné).

**L'innovation incrémentale** est l'amélioration d'un produit ou d'un service existant, en développant ses performances ou son utilisation. Pour le secteur du paiement, il s'agit principalement **d'améliorer l'expérience client en diversifiant les canaux de paiement** : paiement par SMS, e-mail, QR code, *wallets*.



<sup>1</sup> Analyse Deloitte

► Les jeunes acteurs du paiement innovant et exerçant en France se concentrent sur les innovations incrémentales pour améliorer l'expérience client, et les innovations adjacentes pour étendre leur périmètre d'intervention



**Le secteur du paiement, précurseur de l'open innovation**

- En effet, les recherches et les expériences client faites par Deloitte suggèrent que la répartition des innovation est généralement de l'ordre de<sup>2</sup> : 70% d'innovation incrémentales, 20% d'innovations adjacentes et 10% d'innovations de rupture.
- Or, sur le marché du paiement on observe une forte concentration sur les innovations incrémentales et adjacentes. Cela s'explique par le fait que la démarche d'open innovation, qui vise à compléter son offre par des services complémentaires en dehors de son cœur d'activité, est particulièrement avancée sur le secteur du paiement.
- Ainsi, de nombreux acteurs viennent compléter l'acte de paiement par des solutions proposant des services complémentaires basés sur :
  - l'analyse des données de paiement : gestion des abonnements, solutions de fidélisation/cashback ou de gestion de la comptabilité, PFM, etc.
  - l'association de nouveaux usages à l'acte d'achat : paiements fractionnés, microdons, épargne, etc.

**Le niveau d'adoption des innovations par le grand public est fortement corrélé à leur niveau de maturité**

- Les innovations les moins matures, sont moins proposées sur le marché, et par conséquent moins utilisées par le grand public : paiement en ligne en espèces, paiement fractionné, Soft POS, etc. Mais cela ne présage pas de leur potentiel futur de développement.
- D'autres solutions sont fortement utilisées par le grand public, car proposées depuis de nombreuses années, mais les perspectives d'évolution restent encore ouvertes : solutions de lutte contre la fraude, de PFM, etc.

<sup>1</sup> Analyse Deloitte ; <sup>2</sup> Source : Deloitte/Méthode Doblin

## ► Les innovations à plus forte valeur ajoutée dans les prochaines années



### Facilités de paiement/Paiement fractionné

- Les facilités de paiement sont un moyen efficace d'apporter de la valeur pour les clients et les commerçants. Les clients se voient offrir une facilité de paiement, souvent gratuite, qui leur permet d'amortir leurs achats plaisir comme ils le souhaitent. Les commerçants disposent quant à eux d'un outil facilitateur de vente.
- La forte valeur ajoutée de cette innovation et la croissance des modes de consommation digitaux

(la crise sanitaire de la Covid-19 a engendré une accélération de la dématérialisation des paiements en 2021) laissent à penser que les facilités de paiement/paiements fractionnés se développeront fortement ces prochaines années.

- La mise en place d'une réglementation encadrant les facilités de paiement/paiements fractionnés pourrait accélérer leur adoption par les Français, en les rassurant sur les conditions d'octroi de ces microcrédits.



### Solutions de lutte contre la fraude

- Les acteurs du paiement sont équipés de solutions leur permettant de lutter en temps réel contre la fraude. Prenons l'exemple des paiements par carte bancaire : qu'il s'agisse des commerçants et de leurs prestataires d'acceptation technique, des réseaux carte (carte bancaire, Visa, MasterCard, Amex, etc.), des banques (en émission et en acquisition), chacun dispose de ses propres outils de lutte contre la fraude, qui permettront de monitorer en temps réel les transactions, et d'identifier celles qui représentent un risque de fraude élevé.

- Cependant, malgré cette maturité apparente des outils utilisés, la détection des fraudes reste un enjeu majeur pour les acteurs du paiement : les fraudeurs redoublent d'inventivité et les scénarios de fraude utilisés ne cessent d'évoluer. À titre d'exemple, la fraude aux virements a augmenté de +65% (en valeur) entre 2019 et 2020<sup>1</sup>.
- Face à cela, les outils de lutte contre la fraude doivent continuer à développer des algorithmes d'intelligence artificielle toujours plus performants pour détecter efficacement les nouveaux scénarios de fraude, et limiter les faux positifs pour ne pas générer de gêne client.



### Soft POS (terminaux Android)

- Cette technologie vise à utiliser un smartphone standard, équipé d'une puce NFC comme terminal de paiement. L'acheteur peut ainsi poser sa carte bancaire en mode sans contact ou son smartphone pourvu d'un *wallet* sur le téléphone du commerçant pour régler sa transaction. Si besoin, l'acheteur peut saisir son code PIN.
- Ces solutions entièrement digitales permettent aux commerçants de s'affranchir des coûts d'équipement et de gestion de leur parc de terminaux de paiement physique, et permettent d'équiper facilement les commerçants en mobilité.
- En parallèle les consommateurs utilisent de plus en plus le paiement sans contact. En effet, la pandémie

mondiale de la Covid-19 a stimulé l'usage des paiements sans contact, avec une hausse entre 2019 et 2020 de +37%<sup>1</sup> en volume et +86% en valeur. Ce comportement d'achat devrait perdurer les prochaines années, comme indiqué dans une étude réalisée par Visa (hors France) qui indique que 65%<sup>2</sup> des clients souhaitent utiliser autant voire davantage le paiement sans contact. Cela instaure donc un terrain favorable au développement des solutions Soft POS.

- Un défi reste à relever pour gagner la confiance des porteurs : prouver la sécurité de ces solutions et la confidentialité des données client (notamment suite aux soupçons de fuites de données sur les Soft POS du fabricant chinois PAX).



### Request-to-Pay

- Le Request-to-Pay est un service de messagerie qui permet de lier une demande de paiement à une facture. Les demandes d'initiation de paiement sont ainsi reliées à une facture en intégrant une référence précise (numéro de facture, montant du règlement, identité du client), ce qui facilite les rapprochements comptables et permet un meilleur contrôle des encaissements
- Le Request-to-Pay est aujourd'hui peu développé en France, car les commerçants et les consommateurs sont habitués à d'autres solutions de paiement des factures :

le prélèvement, ou les paiements par carte (ex. pour payer les abonnements Deezer, Netflix, etc.).

- Cependant, la réglementation accélérera le développement du Request-to-Pay : à compter de 2023, toutes les entreprises françaises assujetties à la TVA auront l'obligation de dématérialiser leurs factures (e-invoicing). Le Request-to-Pay prendra alors tout son sens, et permettra de lier les factures électroniques directement à l'acte de paiement.

<sup>1</sup> Sources : Rapport annuel de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement, 2020 ; <sup>2</sup> The Visa Back to Business Study, 2021 Outlook

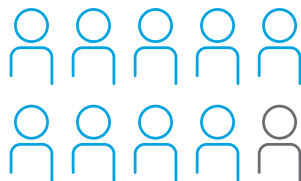


### Paiement en actifs numériques

- Les actifs numériques, constitutifs d'un Web 3.0 capable de gérer la propriété et le transfert de valeur, ont le potentiel de révolutionner les paiements.
- Nativement numériques, les jetons des protocoles blockchain améliorent l'efficacité des transactions. En outre, les actifs numériques étant programmables leurs cas d'usage sont infinis et dépassent largement la simple transaction (ex. Provision d'assurance, prélèvement des taxes, etc.).
- Les jetons stables « *stablecoins* » (jetons indexés sur des monnaies FIAT comme l'euro ou le dollar) facilitent l'adoption des nouvelles technologies décentralisées en rendant presque invisible aux yeux des utilisateurs la « migration technique » entre les infrastructures.
- En octobre 2021, le portefeuille digital Novi de Meta (ex-Facebook) a choisi d'utiliser le jeton stable USDP (Paxos) pour offrir la gratuité des paiements transfrontaliers entre les États-Unis et le Guatemala.
- En novembre 2021, l'administration américaine a déclaré<sup>3</sup> : « Bien encadrés, les jetons stables pourraient être des moyens de paiements plus rapides, plus efficaces et plus inclusifs. »

## ► Pour distribuer ces solutions, une logique de partenariat anime l'écosystème français

**90%** des acteurs ont déjà mis en place un partenariat avec un ou plusieurs acteurs (start-up, grand groupe, institution, etc.) pour créer une nouvelle offre ou bien pour compléter une offre existante, etc.



En comparaison, **seulement 14%** d'entre elles ont **déjà racheté** un ou plusieurs acteurs pour créer une nouvelle offre ou compléter une offre existante.

« Le cœur de notre activité est de construire des partenariats pour répondre aux demandes clients. »  
*Acteur interrogé*

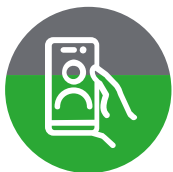
À noter que la teneur des projets de partenariat répond principalement aux **trois objectifs** suivants<sup>4</sup> :



**68%**  
Améliorer l'expérience client



**68%**  
Proposer des services connexes au paiement

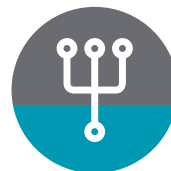


**59%**  
Proposer de nouveaux moyens de paiement

Viennent ensuite les **projets permettant de :**



**50%**  
Élargir la cible de clients



**41%**  
Développer de nouveaux canaux de paiement



**36%**  
Sécuriser les paiements

<sup>3</sup> President's Working Group on Financial Markets Releases Report and Recommendations on Stablecoins, novembre 2021

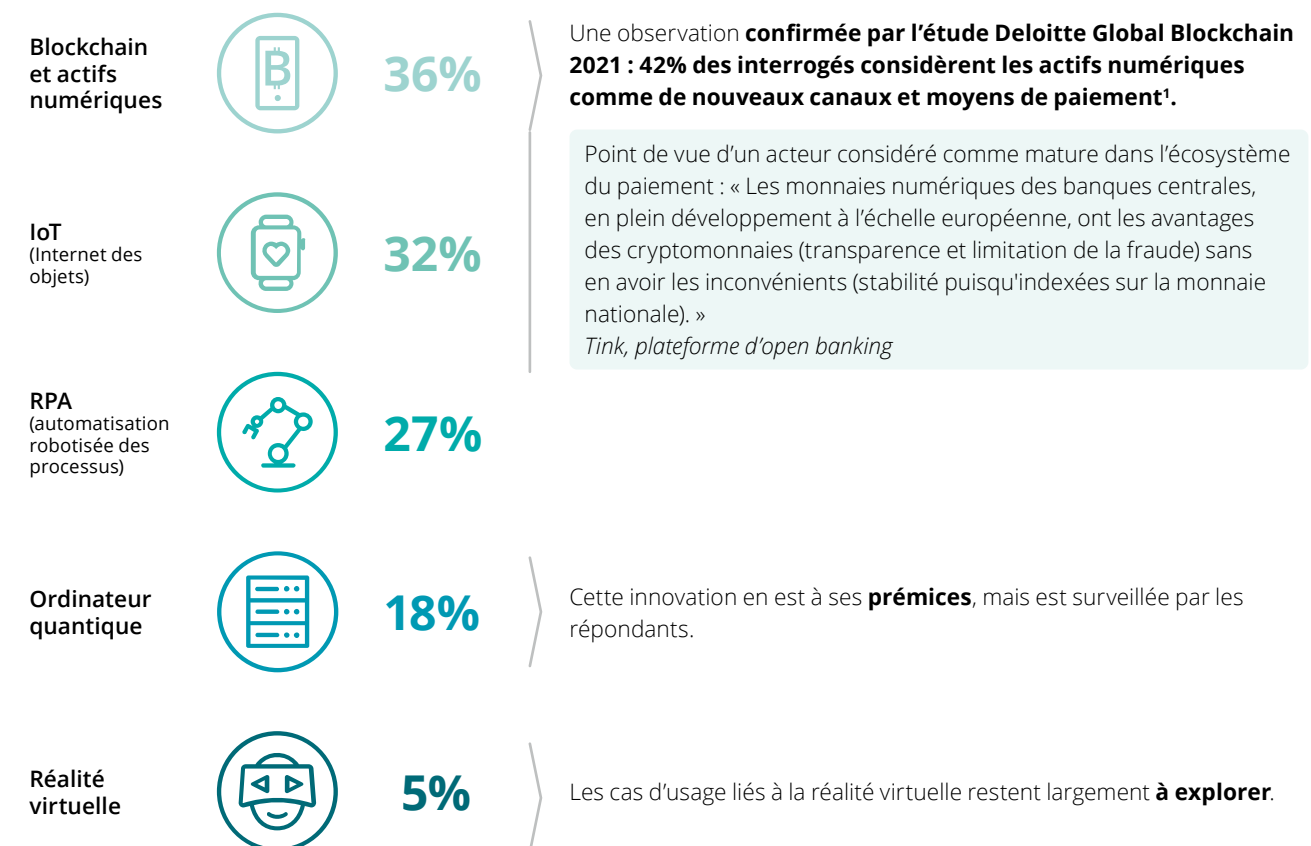
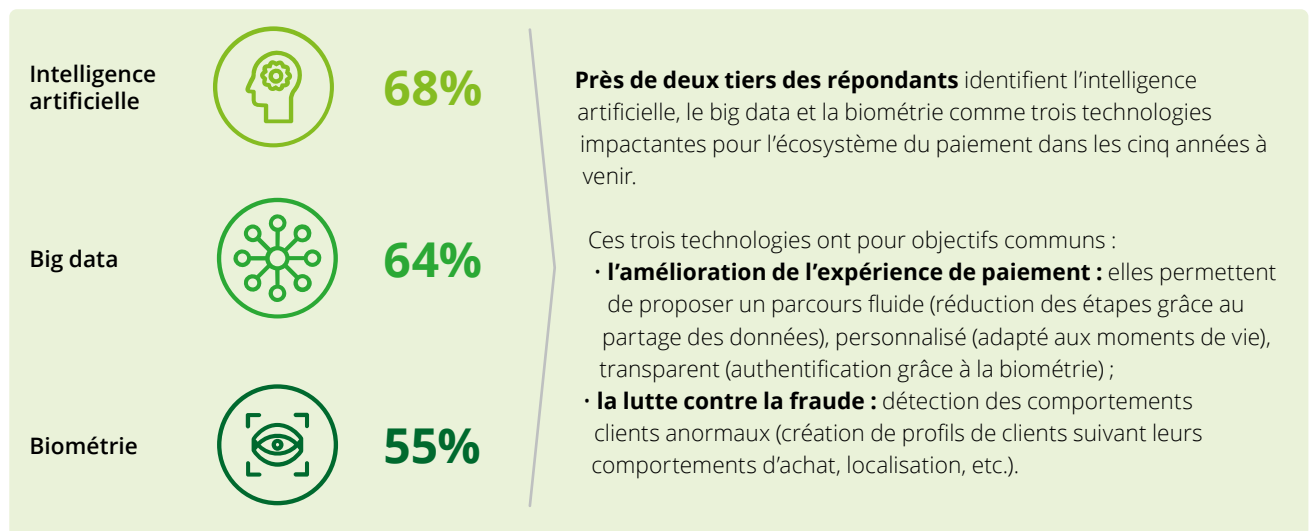
<sup>4</sup> Plusieurs réponses possibles

### 3. Quels défis technologiques à venir pour l'écosystème du paiement en France ?



► **L'intelligence artificielle, le big data et la biométrie sont les trois technologies qui impacteront le plus le marché des paiements dans les cinq prochaines années**

#### Quelles technologies impacteront le marché du paiement dans les cinq prochaines années ?



<sup>1</sup> Question posée : quel sera le rôle des actifs numériques dans votre organisation ou votre projet ?

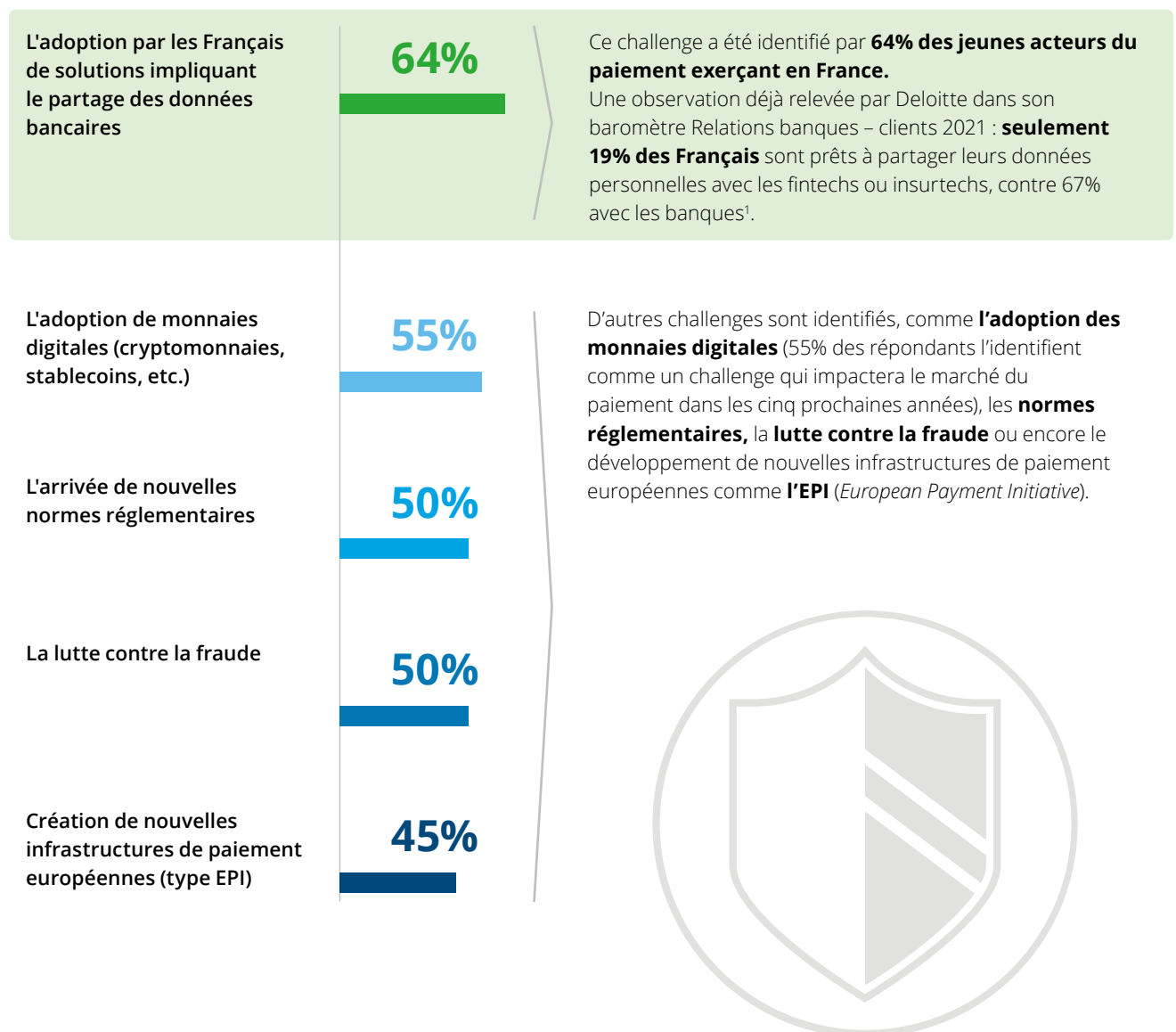


## 4. Comment les jeunes acteurs du paiement peuvent-ils gagner la confiance des Français pour partager leurs données personnelles ?



### ► La confiance et le partage des données comme principales préoccupations des Français – le premier challenge de l'écosystème identifié par les acteurs

Quels sont les principaux challenges qui impacteront selon vous le marché du paiement dans les cinq prochaines années ?

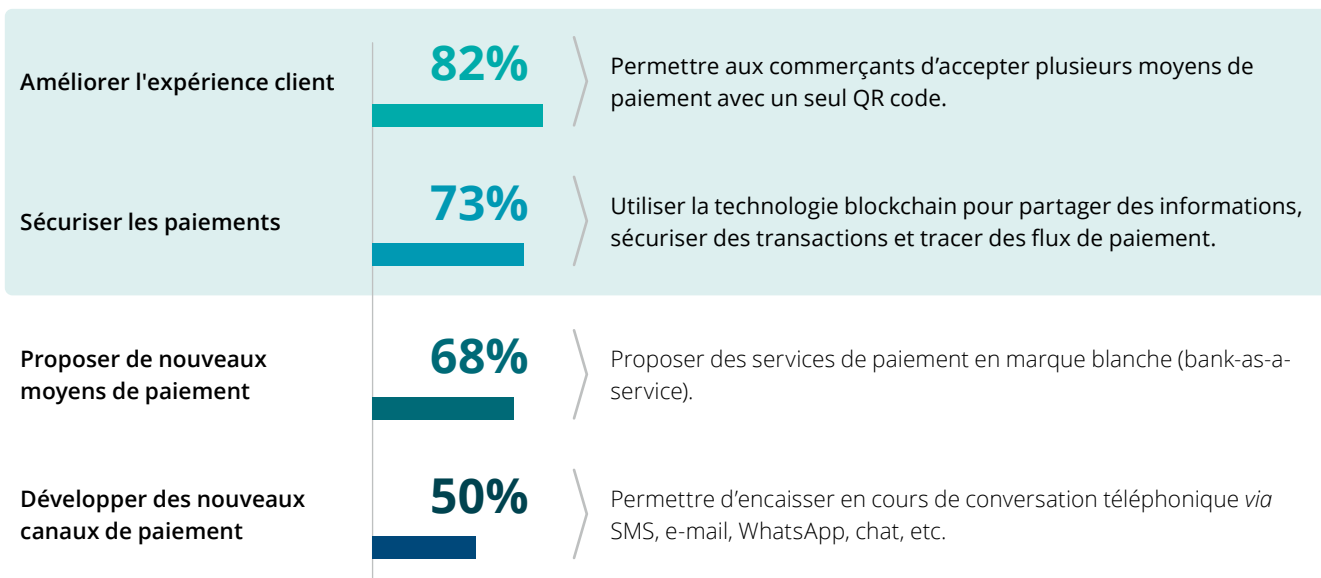


<sup>1</sup> Source : [Baromètre Relations banques – clients \(Deloitte 2021\)](#) « Seriez-vous prêt(e) à partager vos informations personnelles (situation familiale, professionnelle, événements, données bancaires, etc.) à chacun des organismes et types d'entreprises suivants afin qu'il vous propose des produits et services mieux adaptés à vos besoins ? »

► Pour gagner la confiance des Français, les acteurs développent en priorité des solutions permettant d'améliorer l'expérience client et de sécuriser les paiements...

Votre solution vise-t-elle à :

Par exemple :



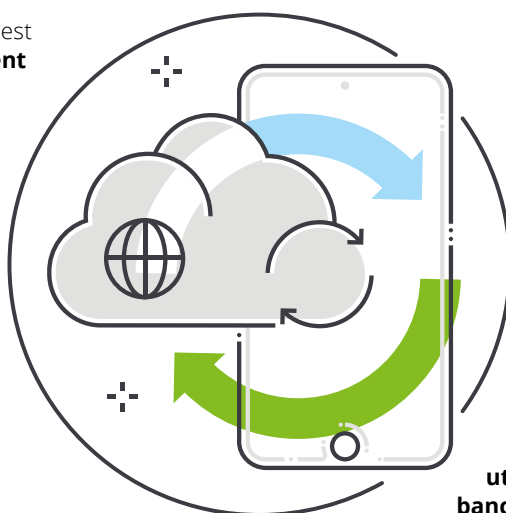
Le potentiel des solutions développées par les acteurs est soutenu par un intérêt grandissant des Français pour des solutions de paiement instantanées et fluides<sup>1</sup>



Un Français sur deux est intéressé par le **virement instantané** (émission d'un virement en temps réel).

29%

des Français sont intéressés par le **paiement sans contact** ou avec **QR code** avec son **smartphone**.



Un Français sur trois est intéressé par le **transfert d'argent entre particuliers** en ligne, par SMS ou e-mail.

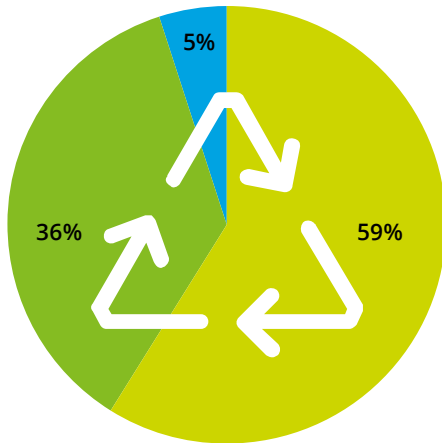
42%

des Français sont intéressés par le **paiement en ligne sans utilisation des coordonnées bancaires**.

<sup>1</sup> Source : [Baromètre Relations banques – clients \(Deloitte 2021\)](#) « Seriez-vous prêt(e) à partager vos informations personnelles (situation familiale, professionnelle, événements, données bancaires, etc.) à chacun des organismes et types d'entreprises suivants afin qu'il vous propose des produits et services mieux adaptés à vos besoins ? »

► ... tout en prenant en compte les enjeux ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance), importants pour les Français

Prise en compte des enjeux ESG par les acteurs interrogés



- Oui
- Non mais nous comptons le faire
- Non et nous ne comptons pas le faire

Près d'un quart des Français est sensible à la mise en œuvre d'actions durables et inclusives dans les solutions de paiement, comme<sup>1</sup> :

- Faciliter l'accès à des services bancaires tels que l'épargne, le crédit, etc. > **34%**
- Proposer des alternatives plus durables aux achats effectués > **28%**
- Calculer l'empreinte carbone associée à chaque paiement > **24%**
- Proposer des projets d'investissement RSE tels que la microépargne > **22%**
- Proposer des dons engagés > **19%**

**Exemple de solutions proposées**

**Enjeux environnementaux**

Dématérialisation des tickets papiers, réduction de l'impact carbone sur les matériaux et le transport, terminaux de paiement reconditionnés, etc.

**Enjeux sociaux**

Microdon, arrondi solidaire, accompagnement d'associations caritatives (fournir des cartes de paiement pour les personnes disposant d'un permis de séjour et nécessitant un compte bancaire pour trouver un premier emploi), etc.

**Enjeux de gouvernance**

Transparence salariale, politique de recrutement, formation, etc.



<sup>1</sup> Source : [Baromètre Relations banques – clients \(Deloitte 2021\)](#) « Seriez-vous prêt(e) à partager vos informations personnelles (situation familiale, professionnelle, événements, données bancaires, etc.) à chacun des organismes et types d'entreprises suivants afin qu'il vous propose des produits et services mieux adaptés à vos besoins ? »

# Vos contacts privilégiés



## Julien Maldonato

Associé Innovation  
Deloitte Conseil  
jmalonato@deloitte.fr  
(+33) 6 73 22 62 85



## Ghislain Boulnois

Associé FSI & Fintech  
Deloitte Conseil  
gboulnois@deloitte.fr  
(+33) 6 70 49 36 34

# Deloitte.

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (« DTTL »), à son réseau mondial de cabinets membres et à leurs entités liées (collectivement dénommés « l'organisation Deloitte »). DTTL (également désigné « Deloitte Global ») et chacun de ses cabinets membres et entités liées sont constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes, qui ne peuvent pas s'engager ou se lier les uns aux autres à l'égard des tiers. DTTL et chacun de ses cabinets membres et entités liées sont uniquement responsables de leurs propres actes et manquements, et aucunement de ceux des autres. DTTL ne fournit aucun service aux clients. Pour en savoir plus, consulter [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about). En France, Deloitte SAS est le cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, et les services professionnels sont rendus par ses filiales et ses affiliés.

Deloitte fournit des services de pointe en matière d'audit et d'assurance, de fiscalité et de droit, de consulting, de financial advisory et de risk advisory, à près de 90 % des entreprises du Fortune Global 500® et à des milliers d'entreprises privées. Les résultats mesurables et pérennes de nos professionnels contribuent à renforcer la confiance du public dans les marchés de capitaux, permettent aux clients de se transformer et de prospérer, et ouvrent la voie à une économie plus forte, une société plus équitable et un monde durable. Fort de plus de 175 ans d'expérience, Deloitte est présent dans plus de 150 pays et territoires. Pour en savoir plus sur la manière dont nos plus de 345 000 professionnels dans le monde *make an impact that matters*, consultez [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).

Deloitte France regroupe un ensemble de compétences diversifiées pour répondre aux enjeux de ses clients, de toutes tailles et de tous secteurs. Fort des expertises de ses 7 000 associés et collaborateurs et d'une offre multidisciplinaire, Deloitte France est un acteur de référence. Soucieux d'avoir un impact positif sur notre société, Deloitte a mis en place un plan d'actions ambitieux en matière de développement durable et d'engagement citoyen.

Deloitte  
6, place de la Pyramide – 92908 Paris-La Défense Cedex

© Janvier 2022 Deloitte Conseil – Une entité du réseau Deloitte  
Tous droits réservés – Studio Design France