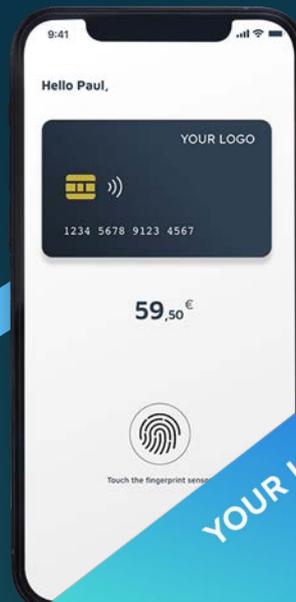




ENABLE CREATIVE BANKING

# La finance embarquée

5 raisons de s'en emparer



[treezor.com](https://treezor.com)

# La révolution des paiements est en marche.

Les solutions de finance embarquée permettent aux entreprises d'intégrer au plus vite la fonction paiement à leur chaîne de valeur. Que leurs offres soient BtoB, BtoC ou BtoBtoC, la finance embarquée est aujourd'hui le point de départ du développement de nouveaux services.

## Sommaire



### Préambule 05

#### La révolution des paiements est déjà une réalité

La finance embarquée, qu'est-ce que c'est ?

Aux origines : les premières solutions de paiement intégrées

Un écosystème très riche

Un marché en très forte expansion

Les différentes dimensions de la finance embarquée

Les solutions BaaS ouvrent un vaste champ des possibles

Une meilleure connaissance client

Des solutions de paiement et d'encaissement facilitées

Une myriade d'innovations à venir

### Les raisons 10

#### #1 Améliorer l'expérience client

Arthur Reboul, CEO de Leeto  
« Le compte de paiement est une composante essentielle de notre proposition de valeur »

Arnaud Biebuyck, CFO de Skipr  
« La carte de paiement est un élément central de notre offre »

#### #2 Une meilleure connaissance de son marché et de ses clients

Kamel Nait-Outaleb, CEO d'OnlyOne  
« Les données collectées par Treezor nous permettent de nous concentrer sur notre valeur ajoutée »

Tristan Leteurtre, Président de Mooncard  
« Les données bancaires sont le point de départ de notre offre de valeur ajoutée »

#### #3 Une organisation plus efficace et plus productive

Raphaël Simon, Managing Director de Shine  
« Lorsqu'une fintech grandit, il est normal qu'elle souhaite internaliser une partie de la technologie. »

#### #4 De nouvelles sources de revenus

Caroline Ménager & Nicolas Klein, Co-fondateurs de PixPay  
« Dans 5 ans, la majorité des adolescents aura une carte de paiement »

#### #5 Une technologie d'avenir

Quentin Vigneau, Head of Product Payment de Swile  
« Nous sommes devenus acteur financier mais nous avons choisi de confier la partie critique de nos systèmes d'information à Treezor »

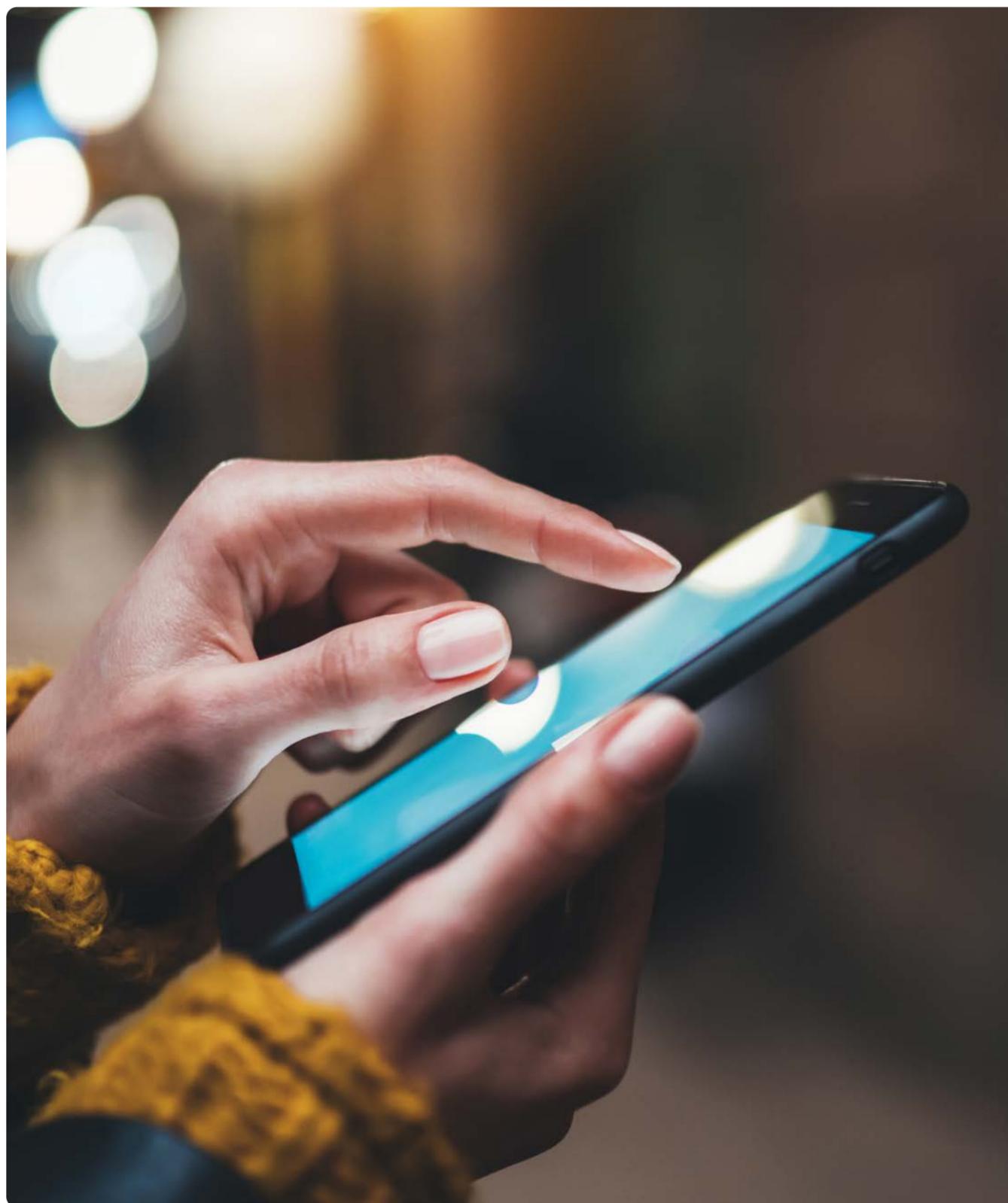
Charles Huet, Cofondateur de la Carte Française  
« La levée des plafonds est une étape cruciale pour notre activité »

### Et Treezor dans tout ça ? 36

BaaS généraliste, Treezor accélère le time-to-market de ses clients

Méthodologie : Treezor accompagne ses clients au plus près de leurs besoins

André Gardella, CEO de Treezor  
« Plus une fintech grandit et plus elle a besoin de services bancaires »



# Préambule

## La révolution des paiements est déjà une réalité.

La crise sanitaire a fait émerger de nouveaux paradigmes. Pour sauvegarder leur activité lors des différents confinements, les marques ont eu besoin de mettre en place très rapidement des solutions de paiements dématérialisées, robustes et sécurisées. Pour ce faire, elles ont pu s'appuyer sur le savoir-faire des établissements de monnaie électronique, dont la technologie a permis, au plus vite, d'intégrer la fonction paiement à leur chaîne de valeur.

La révolution des paiements est aujourd'hui en marche. Elle répond à deux impératifs : côté entreprises, il s'agit de disposer de solutions facilement intégrables à leurs applications et conformes à la réglementation. Côté consommateurs, l'intégration de solutions de paiement simplifie le parcours d'achats en rendant chaque transaction plus fluide et plus intuitive. Le partage des données ne semble plus être un frein, à la condition toutefois que celui-ci offre, en retour, des avantages commerciaux. Au-delà des marchands, les fintechs semblent aujourd'hui accélérer leurs propositions de services, grâce aux possibilités offertes par les plateformes BaaS. Que leurs offres soient BtoB, BtoC ou BtoBtoC, la finance embarquée est aujourd'hui le point de départ du développement de nouveaux services.

Pionnier français du BaaS - Banking-as-a-Service - Treezor s'emploie depuis 2016 à accompagner les entreprises et les fintechs en leur proposant des solutions agiles et avec un minimum de contraintes opérationnelles. Avec ce livre blanc, Treezor vous dévoile les coulisses de la finance embarquée. Que vous soyez commerçant, fintech ou acteur traditionnel



de l'industrie bancaire, vous y trouverez les différents aspects de la finance embarquée : depuis la mise en œuvre opérationnelle à l'analyse du marché, en passant par l'optimisation des données clients.

Pour ce faire, nous avons choisi de donner la parole aux entreprises qui utilisent une solution BaaS. Au travers de leur parcours, elles donnent à voir l'étendue des avantages offerts par une solution de finance embarquée, ainsi que leurs innovations en cours de développement. La finance embarquée est en constante évolution et le champ des possibles est multiple. A horizon 5 ans, les revenus générés par les solutions de finance embarquée devraient être multipliés par 10, selon les estimations de la société de capital investissement américaine Lightyear Capital.

**Bonne lecture !**

# La finance embarquée, qu'est-ce que c'est ?

**La finance embarquée peut se définir comme un ensemble d'outils technologiques permettant aux entreprises non-financières de proposer à leurs clients des services financiers. Concrètement, ces entreprises font appel à un acteur tiers - à l'instar de Treezor - qui intègre sa technologie à leur solution.**

Il suffit de quelques mois pour que les fonctions financières soient intégrées dans le parcours des clients. Celles-ci sont donc supportées par le partenaire BaaS (Banking-as-a-Service) qui apporte ses licences, la conformité aux réglementations et le core banking. Parmi les pionniers du secteur, on peut citer Qonto, aujourd'hui devenue licorne, qui, grâce à la solution Treezor, a pu rapidement lancer son offre et conquérir ainsi des parts de marché.

## Aux origines : les premières solutions de paiement intégrées

Pour comprendre le fonctionnement de la finance embarquée, il faut remonter à ses origines. Dès les années 1930, Ford imagine la première « banque automobile ». Les services financiers directement intégrés au constructeur automobile permettent aux clients de financer leur véhicule auprès du constructeur. Plus tard, d'autres enseignes vont intégrer des services financiers afin de faciliter les parcours d'achat, c'est le cas par exemple des grands magasins et des enseignes de vente à distance qui, les premiers, ont mis en place des solutions de financement. Tout s'accélère ensuite avec l'arrivée d'Internet. **Les cartes de fidélité deviennent digitalisées et s'enrichissent de nouveaux services**, par exemple, du crédit à la consommation ou encore du paiement en plusieurs fois. **C'est finalement le développement et la multiplication des applications disponibles sur smartphone qui va accélérer le développement de la finance embarquée.**

Dès lors émergent des opérateurs BaaS, ( Banking-as-a-Service ), qui permettent d'intégrer des services financiers directement sur la plateforme digitale des commerçants.

En Europe, c'est la DSP2 – deuxième Directive sur les Systèmes de Paiements - entrée en vigueur dans toute l'Union européenne le 13 janvier 2018 qui a notamment permis l'émergence du modèle BaaS. Cette directive donne obligation aux établissements bancaires d'ouvrir leurs écosystèmes aux acteurs tiers. Dès lors, **l'Open Banking avec la mise en place d'API** – ou Interfaces de Programmation d'Application – permet de faire communiquer les programmes des banques et des acteurs tiers entre eux. **Les données bancaires deviennent alors récupérables par d'autres acteurs financiers, notamment des fintechs.** Si des clients souhaitent faire migrer leurs comptes vers de nouveaux opérateurs financiers, leur démarche est facilitée. Avec le déploiement à grande échelle des outils digitaux, c'est l'ensemble des usages des consommateurs qui est désormais repensé.

## Un écosystème très riche

La révolution digitale a amené de nouveaux usages. Désormais, il n'est plus rare qu'un acte d'achat se concrétise directement depuis un smartphone. Pour les enseignes, l'enjeu est réel : il s'agit de ne pas décourager un consommateur avec des parcours clients trop complexes. Dans ce contexte, **le déploiement de services financiers et solutions de paiement directement intégrés aux applications connaissent un large essor.**

Il existe ainsi désormais de nombreux acteurs du Banking-as-a-Service dans le monde entier. Leurs solutions combinent solution technique (core banking), offre bancaire (avec notamment la possibilité d'émissions de cartes de paiements physiques et digitales) et licence réglementaire. Celles-ci sont ainsi directement et facilement utilisables par l'ensemble des services marchands (e-commerce, fintechs, vente de services...) qui font porter la responsabilité réglementaire à un acteur tiers. C'est le cas du français Treezor, mais également du britannique Railsr, ou encore de l'allemand Solaris.

Dans une logique de prestation de service en marque blanche, les acteurs du BaaS accompagnent les entreprises dans leur développement. Acteurs clés du monde des paiements, ils se placent aux côtés des fintechs, des start-ups et des grands groupes pour leur fournir des solutions clés en main. Certaines fintechs, après s'être développées en utilisant la licence réglementaire d'un tiers choisissent de devenir elles-mêmes établissements de paiement. C'est le cas par exemple de Shine, qui vient d'obtenir sa licence auprès de l'ACPR. Bien qu'étant responsables de la conformité réglementaire, elles continuent de se placer aux côtés d'acteurs BaaS qui peuvent les accompagner sur le volet technique et Core Banking. Enfin, certains acteurs ont développé en interne leur propre solution de gestion des transactions. C'est le cas par exemple d'Uber qui, au sein de son application a déployé sa propre offre de paiement. Un paiement totalement intégré qui permet de faciliter grandement l'acte d'achat via notamment l'utilisation de l'instant payment. Le géant américain est allé encore plus loin en proposant des cartes bancaires à certains chauffeurs jusqu'alors éloignés du système bancaire traditionnel. Pour ce faire, Uber s'appuie sur une solution BaaS, portée par Green Dot et Barclays (Source : article paru sur le site ProcessMaker le 04/05/2021).



“ Un paiement réalisé sans difficultés augmente le taux de conversion en actes d'achat. ”

## Un marché en très forte expansion

Avec le déploiement du digital, les habitudes des consommateurs se modifient profondément. La crise sanitaire a accéléré le mouvement : **désormais, pour une grande majorité de consommateurs, la transaction ne se fait plus via un commerce physique, ni même via un ordinateur mais directement depuis un smartphone.** Partout en Europe, les actes d'achat en ligne ont bondi au cours des années 2020-2021. Loin de se tarir avec le recul de la pandémie, le phénomène devrait encore s'amplifier au cours des prochaines années. Ainsi, en France, selon les chiffres livrés par la Fevad, les ventes en ligne de produits et de services ont bondi de 15,1 % au cours de l'année 2021 pour atteindre 129,1 milliards d'euros. Dans l'ensemble des pays européens, le chiffre d'affaires lié aux activités d'e-commerce s'élève à 757 milliards d'euros pour l'année 2021 ( Source : <https://ecommerce-europe.eu> ). Des chiffres auxquels il reste à ajouter les flux BtoB, comprenant par exemple les “néo-banques” à destination des professionnels ou encore les nouvelles solutions de gestion RH et notes de frais aujourd'hui en plein essor.

# Les différentes dimensions de la finance embarquée



## Les solutions BaaS ouvrent un vaste champ des possibles

Si une solution BaaS permet à tout acteur de s'équiper rapidement en core banking, de se mettre en conformité réglementaire et d'éditer des cartes de paiements, la finance embarquée offre aux entreprises qui l'utilisent de nombreux autres avantages.

## Une meilleure connaissance client

Chaque nouvelle ouverture de compte est soumise à des obligations réglementaires de vérification d'identité : les **KYC (Know Your Customer)**. Pour ce faire, des solutions innovantes existent permettant de ne pas freiner le parcours de souscription tout en se conformant à la réglementation locale, via une vérification totalement dématérialisée par visio.

**La mise en place d'une solution BaaS permet de fluidifier les process de vérification réglementaires** et permet également d'aller au-delà. En effet, grâce à un parcours de souscription fluide, les KYC permettent, en plus de sécuriser l'entrée en relation, de récolter des datas sur les clients et consommateurs. Autant d'informations précieuses qui pourront ensuite être utilisées par les entreprises pour pousser des offres en lien avec les attentes de leurs clients. Une solution BaaS couplée à l'utilisation des services des plateformes de vérification d'identité comme d'Onfido, Ubble, IDNow, Webhelp, Vialink ou encore Ariad Next peuvent permettre d'améliorer la fluidité et la performance du parcours KYC.

## Des solutions de paiement et d'encaissement facilitées

Les solutions BaaS permettent également de fluidifier les transferts d'argent. **L'instauration de l'espace SEPA (Single Euro Payment Area) a rendu les paiements au sein de l'espace européen aussi faciles et sûrs que les paiements nationaux.** À cela s'ajoute le cadre de la DSP2 qui permet l'échange d'informations des données bancaires. Dans ce contexte, les API facilement embarquables sur une plateforme BaaS vont permettre d'ajouter les services à destination des utilisateurs finaux.

Ainsi, grâce à la fluidification des transactions, de nouveaux services émergent, à l'instar d'outils d'aides à l'épargne, de services de collecte automatique des paiements récurrents (Zuora, Chargebee), ou encore d'outils de suivi de trésorerie et de facturation à destination des entreprises (Libeo). D'autres acteurs, comme Checkout ou encore Adyen proposent des solutions d'encaissement à destination des entreprises, notamment dans le secteur du e-commerce. Celles-ci assurent l'immédiateté des transactions et la possibilité de traiter en devises étrangères.

## Une myriade d'innovations à venir

En fluidifiant les parcours de souscription et en facilitant les flux de transactions, les solutions BaaS permettent de déployer facilement de nouveaux services financiers. C'est ainsi que de nouvelles fintechs et de nouvelles offres émergent.

La fintech October déploie, par exemple, le prêt aux petites et moyennes entreprises en mettant en relation des financeurs, investisseurs avec des entreprises en recherche de fonds. Alma permet aux entreprises de proposer à leurs clients le paiement en plusieurs fois. Une solution qui permet aux marchands d'augmenter sensiblement leur chiffre d'affaires. Le potentiel de déploiement de solutions innovantes grâce à l'utilisation de la finance embarquée est réel. C'est ainsi que Lightyear Capital, société de capital investissement américaine estime que **le marché de la finance embarquée pourrait atteindre 230 milliards de dollars de revenus d'ici 5 années, contre 22,5 milliards de dollars en 2020, soit une croissance d'environ 40% par an d'ici 2025.**

Parmi les secteurs qui pourraient rapidement accroître leurs revenus grâce aux solutions BaaS se trouvent les services de paiements, mais également les spécialistes de la gestion de fortune, de l'assurance et des prêts à la consommation.

# #1

## Améliorer l'expérience client



Proposer au client final des services financiers via une plateforme BaaS, c'est gagner en efficacité, grâce à des applications intuitives et fluides, qu'ils ont désormais l'habitude d'utiliser au quotidien. C'est ainsi par exemple qu'un acteur tel qu'Uber est parvenu à livrer un parcours de paiement sans couture, totalement transparent pour l'utilisateur. L'intégration de systèmes de paiements fluides dans les parcours clients a un effet immédiat sur la fidélisation de l'utilisateur : **un paiement réalisé sans difficultés augmente le taux de conversion en acte d'achat**. Si Uber compte parmi l'une des premières applications au monde à avoir utilisé des modules de finance embarquée, désormais la très grande majorité des applications comprennent une brique de paiement.

Désormais, chaque nouvel entrant sur le marché du digital peut augmenter sa proposition de valeur en embarquant la finance dans son parcours client. C'est le cas par exemple de Leeto, plateforme de solutions à destination des instances de représentation du personnel dans l'entreprise. « La partie paiement n'est pas le cœur de notre offre, néanmoins, il s'agit d'**une composante essentielle de notre proposition de valeur**. Cela nous permet de nous démarquer avec une valeur ajoutée très forte », nous explique ainsi Arthur Reboul, CEO de Leeto qui souligne : « Nous avons constaté un très fort engouement pour notre solution depuis la mise en place du compte de paiement. **En trois mois, nous avons enregistré deux fois plus de nouveaux clients que lors de nos deux premières années!** Il faut dire que le compte de paiement facilite réellement le quotidien des CSE ».



Une fidélisation clients plus forte, également constatée au sein de Skiplr, plateforme de mobilité à destination des entreprises. Celle-ci équipe les salariés de leurs entreprises clientes en cartes de paiement destinées à régler l'ensemble des dépenses de mobilité. Trois années après le lancement de Skiplr, « **la carte de paiement est devenue un élément central de notre offre** », nous explique Arnaud Biebuyck, CFO de Skiplr qui précise : « dès le lancement, nous avons besoin d'**une technologie robuste et flexible** qui s'intègre facilement dans notre parcours client ». La solution BaaS a ainsi permis à Skiplr d'intégrer rapidement une modalité de paiement à son offre de services.

De la même manière que Leeto et de Skiplr, de nombreuses innovations seraient aujourd'hui incomplètes sans une solution de finance embarquée. Grâce à la brique de paiement directement ajoutée à une application, les créateurs d'entreprises innovantes sont aujourd'hui à même de proposer une solution globale à leurs clients et utilisateurs. Une fonctionnalité loin d'être anecdotique. Le CEO de Leeto et le CFO de Skiplr sont formels : pour eux, le paiement est aujourd'hui une composante essentielle de leur proposition de valeur.



## leeto

“ Le compte de paiement est une composante essentielle de notre proposition de valeur. ”

Arthur Reboul, CEO de Leeto

Leeto a été lancée en 2018 autour d'une idée forte: faciliter le quotidien des CSE (Comité Social et Économique) qui correspondent aux instances de représentation du personnel dans l'entreprise.

La plateforme réunit plusieurs modules destinés à accompagner les élus dans leur mandat: gestion du budget de fonctionnement (AEP) et des avantages salariés, communication directe avec les collaborateurs de l'entreprise... En 2020, la plateforme s'enrichit d'un compte de paiement. «Un changement d'échelle majeur», comme l'explique Arthur Reboul, CEO de Leeto.

### Quelle est la part de la solution BaaS dans l'offre Leeto ?

Leeto a pour ambition d'accompagner les CSE dans l'ensemble de leurs missions. La plateforme comporte deux interfaces. L'une est destinée aux élus, avec des outils de gestion de trésorerie, de comptabilité et de communication avec les salariés. L'autre interface est réservée aux collaborateurs de l'entreprise. Ils peuvent notamment y retrouver l'ensemble de leurs avantages salariés. Le périmètre est large et il a vocation à grandir à nouveau. **La partie paiement n'est donc pas le cœur de notre offre. Néanmoins, il s'agit d'une composante essentielle de notre proposition de valeur.** Cela nous permet de nous démarquer avec une valeur ajoutée très forte. En effet, nous sommes le tout premier acteur à avoir introduit les comptes de paiement dans notre offre.

### L'ajout d'une solution de paiement au sein de la plateforme Leeto a-t-il pris beaucoup de temps ?

Nous étions en contact avec Treezor depuis notre création en 2018. Cependant, nous avons commencé par construire notre offre avant d'y incorporer la brique paiements. En 2020, nous étions prêts et nous avons alors inclus Treezor au sein de notre offre. Celle-ci a été très rapidement opérationnelle et c'est là à mon sens tout l'intérêt de s'appuyer sur un acteur expert dans son cœur de métier.



Depuis 2020, Leeto propose aux élus deux lignes de comptes, l'une à destination du budget de fonctionnement, l'autre à destination du volet subvention. Pour les représentants syndicaux, cette fonctionnalité a été un véritable changement d'échelle. En effet, il faut bien avoir à l'esprit que pour un CSE, ouvrir un compte bancaire auprès d'un établissement bancaire traditionnel est très compliqué. Beaucoup de pièces doivent être présentées et les conseillers bancaires sont rarement au fait des spécificités de fonctionnement d'un CSE. Aussi, l'ouverture d'un compte dans une banque traditionnelle prend entre trois et neuf mois. Pour répondre à cette problématique, **nous proposons une ouverture de compte en moins de 24h de façon totalement dématérialisée. Les représentants syndicaux sont munis d'une carte de paiement dématérialisée pour le règlement des frais de fonctionnement.**

Sur le volet salarié, nous permettons, via le compte subvention, un remboursement ultra rapide des dépenses. Le salarié qui utilise ses avantages, par exemple pour le paiement d'une inscription à une salle de sport, va pouvoir réaliser une déclaration via son interface Leeto. Grâce aux virements SEPA, le remboursement est automatisé et opéré en quelques heures. Là encore c'est un changement majeur pour le salarié qui devait auparavant attendre plusieurs semaines avant que le remboursement ne soit effectif.

### Quels sont les retours de vos clients sur cette fonctionnalité ?

Nous avons constaté un très fort engouement pour notre solution depuis la mise en place du compte de paiement. Ainsi, en trois mois, **nous avons enregistré deux fois plus de nouveaux clients que lors de nos deux premières années !** Il faut dire que le compte de paiement facilite réellement le quotidien des CSE. Cette fonctionnalité s'intègre totalement dans la logique de leurs besoins. L'ensemble des fonctionnalités est réuni au sein d'une unique plateforme. De même, leur conseiller bancaire est aujourd'hui le même que leur conseiller CSE ou comptabilité. Cela permet aux élus d'être plus efficaces et de consacrer davantage de temps à la gestion des questions de fond.

“ Nous sommes le tout premier acteur à avoir introduit les comptes de paiements dans notre offre. ”

Arthur Reboul,  
CEO de Leeto

# -24h

pour une ouverture de compte totalement dématérialisée



# skipr

“ La carte de paiement est un élément central de notre offre. ”

Arnaud Biebuyck, CFO de Skipr

Créée il y a trois ans, Skipr est une plateforme à destination des entreprises souhaitant mettre en place une politique de mobilité flexible et durable pour leurs salariés. Elle délivre aux collaborateurs des cartes de paiements physiques et dématérialisées leur permettant de régler l'ensemble de leurs déplacements. Skipr fournit également une application MaaS aux salariés (Mobility-as-a-Service) afin de les aider à planifier leurs trajets d'un point A à un point B en combinant transports publics, véhicules partagés et véhicules propres. Résolument engagée en faveur d'une mobilité plus verte, Skipr fournit aux entreprises des dashboards de l'empreinte CO2 de leurs collaborateurs. Pour l'implémentation de son offre, Skipr a fait appel à Treezor pour la solution BaaS et les cartes de paiement Mastercard. Arnaud Biebuyck, CFO de Skipr détaille les modalités de la mise en place et du fonctionnement de la solution de finance embarquée.

“ Nous ne sommes pas une “néo-banque”, néanmoins notre offre nécessite l'utilisation de moyens de paiement. ”

Arnaud Biebuyck,  
CFO de Skipr

À qui s'adresse l'offre Skipr ? Quelles sont les spécificités de votre offre ?

Skipr opère en BtoB. Nous sommes aujourd'hui convaincus que l'abonnement unique de transport est désormais désuet. Avec Skipr, le salarié peut allouer son budget mobilité comme il le souhaite. Une offre d'autant plus précieuse qu'avec la crise sanitaire, les mobilités ont évolué. Ainsi, le télétravail a remis en question les migrations pendulaires. Les mobilités sont aujourd'hui multiples et les salariés alternent entre transports urbains et transports individuels. **L'ambition de Skipr est d'accompagner les entreprises vers des mobilités plus durables en leur détaillant l'empreinte CO2 des déplacements de leurs salariés.** Nous sommes aujourd'hui présents en France et en Belgique et nous souhaitons nous déployer à l'international dès 2024.

Pourquoi avoir choisi la solution Treezor ?

Nous ne sommes pas une “néo-banque”, néanmoins notre offre nécessite l'utilisation de moyens de paiement. Dès le lancement, nous avons donc besoin d'une technologie robuste et flexible qui s'intègre facilement dans notre parcours client. La solution BaaS et API-driven est une solution technologique avant d'être une solution bancaire. **Nous avons choisi Treezor pour plusieurs raisons.** Tout d'abord, parce que Treezor est un opérateur régulé par l'ACPR qui a une excellente réputation en Europe et constitue un gage de sérieux. De plus, l'acquisition de Treezor par Société Générale a été un point supplémentaire de réassurance notamment auprès de nos clients corporate. **L'offre de Treezor était la plus compétitive.**



“ Nous avons besoin d'une technologie robuste et flexible qui s'intègre facilement dans notre parcours client. ”

Arnaud Biebuyck,  
CFO de Skipr

De quelle façon la solution Treezor s'insère-t-elle dans votre offre ?

La carte de paiement est un élément central de l'offre Skipr. Nos clients sont des entreprises qui, pour beaucoup, possèdent des filiales à l'international. Très souvent, ils commencent par déployer la solution Skipr dans un pays avec une réflexion plus vaste. **Grâce à Treezor, nous sommes très à l'aise pour accompagner nos clients dans l'ensemble des pays où ils sont présents.** Ainsi, si un groupe décide de mettre en place Skipr à destination de ses salariés en France, il sait qu'il a la possibilité ensuite de déployer la même solution dans d'autres pays d'Europe. C'est là la force de la solution Treezor, « passeportable » dans toute l'Europe.



# #2

## Une meilleure connaissance de son marché et de ses clients



**Si les KYC requis par le régulateur peuvent apparaître comme fastidieux pour les fintechs qui souhaitent déployer rapidement leurs solutions, ils sont également un gage de sérieux et de robustesse de la solution BaaS utilisée.**

Dès ses débuts, Treezor a fait du respect de la conformité sa marque de fabrique. Un engagement renforcé en 2019 à la suite du rapprochement avec Société Générale. Si la vérification de l'identité des clients est une exigence du régulateur sur laquelle Treezor n'entend pas transiger, la plateforme BaaS s'emploie, au quotidien, avec ses équipes, à fluidifier les processus de vérification des KYC en proposant des innovations permettant de ne pas freiner le parcours client. Pour la fintech, cette collecte de données se fait de façon fluide et ne nécessite pas son intervention. « **Nous collectons les données relatives aux transactions et aux virements opérés par nos clients. Ces données sont collectées par le module de finance embarquée Treezor. Cela nous permet de nous concentrer sur notre valeur ajoutée : proposer à nos clients des solutions alternatives et des solutions de compensation de leur empreinte carbone** », explique Kamel Nait-Outaleb, fondateur et CEO d'OnlyOne.

Au-delà des aspects réglementaires, les KYC demeurent une formidable source d'information pour les entreprises. « Treezor collecte pour nous l'ensemble des données bancaires. À partir de ces données, nous sommes à même de **livrer à nos clients le bilan carbone de leurs achats**. À partir de ce bilan, nous proposons des solutions alternatives leur permettant de réduire leur impact. Le module Treezor nous permet également de récolter des données KYC qui vont nous permettre ensuite de pousser des offres au plus juste des attentes de nos clients », poursuit Kamel Nait-Outaleb.

L'intégration de services financiers et bancaires permet de collecter des données quant aux profils clients et à leurs habitudes de consommation. L'analyse de ces données permet également d'imaginer de nouveaux services.

**“ La donnée bancaire est un moyen de caractériser les offres complémentaires dont nos utilisateurs pourraient avoir besoin, telles que des offres d'assurance ou de carte premium. C'est un moyen d'offrir davantage de services en réponse aux attentes de nos clients. ”**

**Tristan Leteurtre,**  
Président de Mooncard

Loin d'être accessoire, l'analyse des données bancaires permet de faire naître de nouvelles sources de revenus. « Les données bancaires sont le point de départ de notre offre de valeur ajoutée », explique d'ailleurs Tristan Leteurtre, président de Mooncard. Celles-ci permettent de faire évoluer l'offre de services en fonction des attentes des utilisateurs et de faire émerger de nouvelles solutions en phase avec leurs problématiques.



# onlyone

“ Les données collectées par Treezor nous permettent de nous concentrer sur notre valeur ajoutée. ”

Kamel Nait-Outaleb, fondateur et CEO d'OnlyOne

En Avril 2021 arrivait sur le marché français OnlyOne, compte de paiement «green» à destination des particuliers. Un service bancaire résolument engagé qui permet aux particuliers de mesurer, comprendre et réduire leur empreinte carbone via un éco coach spécialement développé à cet effet. Kamel Nait-Outaleb est fondateur et CEO d'OnlyOne. Il revient sur la genèse d'OnlyOne qui s'appuie sur la solution BaaS intégrée de Treezor.

“ La solution de Treezor nous a permis d'aller vite : 6 mois ont suffi à rendre notre offre opérationnelle. ”

Kamel Nait-Outaleb, fondateur et CEO d'OnlyOne

**Comment est né OnlyOne ? Quelle a été votre réflexion pour le choix de votre partenaire BaaS ?**

OnlyOne a été imaginé dès 2018 avec un modèle très différent de celui des banques traditionnelles. **Notre ambition est de rendre la banque plus éthique et plus vertueuse.** Pour ce faire, nous avons imaginé un algorithme de mesure d'empreinte carbone permettant à chacun de nos clients de mesurer l'impact de leurs achats et de se voir proposer des solutions alternatives. Nous avons imaginé OnlyOne dès 2018 en menant une étude sur la DSP2 (Deuxième Directive Européenne sur les Services de Paiements) et les services BaaS et SaaS qui en découlaient. Très vite, il est apparu qu'un service BaaS (Banking-as-a-Service) était le plus adapté à notre offre. Il aurait été en effet beaucoup plus long pour nous d'avoir à obtenir une licence bancaire. Nous avons ensuite étudié les offres existantes sur le marché, en France, mais également en Europe. En France, Treezor était sans conteste le plus innovant. De plus, **nous souhaitons pouvoir proposer à nos clients un IBAN Français, des cartes virtuelles et des cartes en PVC recyclées.** Enfin, d'autres fintechs, comme Qonto ou Shine, faisaient déjà appel à Treezor. Cela a été pour nous un gage de réassurance. Toutes ces raisons nous ont confortés dans notre choix de partenaire.

**Auriez-vous pu développer le même service via une banque traditionnelle ?**

Je pense que cela aurait été beaucoup plus compliqué. D'une part, car nous nous positionnons comme un service bancaire différent et les grandes banques sont aujourd'hui souvent montrées du doigt pour leur impact écologique. Il aurait donc été compliqué de s'appuyer sur des modèles anciens pour proposer un service innovant.

Par ailleurs, cela aurait sans conteste allongé notre time-to-market. La solution de Treezor nous a permis d'aller vite : six mois ont suffi à rendre notre offre opérationnelle.

**Quelles sont les données collectées via la solution BaaS ?**

Nous collectons les données relatives aux transactions et aux virements opérés par nos clients. Ces données sont collectées par le module de finance embarquée de Treezor. Cela nous permet de nous concentrer sur notre valeur ajoutée : **proposer à nos clients des solutions alternatives et des solutions de réduction de leur empreinte carbone.** Ainsi, Treezor collecte pour nous l'ensemble des données bancaires. À partir de ces données, nous sommes à même de livrer à nos clients le bilan carbone de leurs achats. À partir de ce bilan, nous proposons des solutions alternatives leur permettant de réduire leur impact.

“ Il est apparu qu'un service BaaS était le plus adapté à notre offre. Il aurait été en effet beaucoup plus long pour nous d'avoir à obtenir une licence bancaire. ”

Kamel Nait-Outaleb, fondateur et CEO d'OnlyOne



**Quelles sont les prochaines étapes pour OnlyOne ?**

Depuis le mois de mars 2022, nous proposons à nos clients le scan du ticket de caisse. Chaque article est ainsi évalué selon une analyse du cycle de vie du produit. Fin 2022, nous serons en mesure d'aller plus loin en proposant également des solutions alternatives d'achat à partir du scan du ticket de caisse. Par exemple, s'il apparaît qu'un produit acheté possède un bilan carbone particulièrement élevé, nous proposerons à nos clients des produits alternatifs. Enfin, dans un futur plus ou moins proche, **nous ambitionnons de devenir Établissement de paiement et Établissement de crédit. Cela n'est en rien incompatible avec le maintien de la solution Treezor.**



“ Les données bancaires sont le point de départ de notre offre de valeur ajoutée. ”

Tristan Leteurtre, président de Mooncard

Fondé en 2016, Mooncard est le spécialiste français des cartes de paiement d'entreprise. La fintech qui compte 4500 entreprises clientes se déploie désormais en Allemagne, Belgique, Espagne, Italie et Pays-Bas. Sa solution couple une carte de paiement à des solutions logicielles permettant de simplifier et d'accélérer la gestion des notes de frais et des dépenses d'entreprise. Une innovation qui n'aurait pas pu voir le jour sans solution BaaS. Tristan Leteurtre, président de Mooncard, décrypte.

À quelle typologie de clientèle s'adresse Mooncard ?  
Que vous apporte la finance embarquée pour le déploiement de votre solution ?

Mooncard est une solution à destination des entreprises, qui s'adresse à toutes les entreprises qui gèrent leurs notes de frais de façon manuelle. Nous sommes convaincus qu'au cours des prochaines années, plus aucun collaborateur n'aura à avancer des frais professionnels avec sa carte bancaire personnelle. **En couplant un moyen de paiement à un logiciel de gestion, Mooncard permet aux collaborateurs et aux directeurs financiers de gagner beaucoup de temps.** Cette solution n'aurait pas pu être imaginée sans BaaS. En effet, une solution de finance embarquée nous permet de traiter les données en temps réel. Lorsqu'un collaborateur réalise un paiement avec sa carte de paiement Mooncard, une notification l'invite à scanner son ticket de caisse. Si nous opérions via une solution bancaire traditionnelle, il faudrait attendre que la transaction soit effective, soit deux à trois jours, avant de lui envoyer une notification.

De quelle façon utilisez-vous la solution Treezor ?

Nous avons fait appel à Treezor en 2020 pour une partie de notre offre. En effet, nous avons dès le lancement de Mooncard conclu un partenariat pour la partie cartes de paiement avec un autre acteur BaaS. Néanmoins, **nous souhaitons renforcer notre offre sur la partie finance avec un KYC robuste et en proposant des IBAN Français à nos clients. Treezor propose également une solution d'IBAN virtuel qui facilite la réconciliation.** Ce sont les raisons pour lesquelles nous avons choisi Treezor. Trois à quatre mois ont suffi pour que la solution Treezor soit opérationnelle dans nos systèmes.

“ Une solution de finance embarquée nous permet de traiter les données en temps réel. ”

Tristan Leteurtre,  
président de Mooncard

La collecte et l'analyse des données sont au cœur de votre offre de valeur ajoutée. De quelle façon la solution BaaS vous permet de récolter des données ?

Les données bancaires récoltées sont le point de départ de notre offre de valeur ajoutée. **Plus les données sont fines et moins l'utilisateur a à fournir de justificatifs.** Par ailleurs, il nous est possible de croiser les données. Par exemple, si un collaborateur choisit de coupler son agenda avec sa carte de paiement, une transaction dans un restaurant enregistrée à Lille sera immédiatement affectée au projet lillois. Idem pour les paiements de mobilité qui sont directement catégorisés comme tels dans le back office de l'entreprise.

4 500

entreprises clientes



“ 3 à 4 mois ont suffi pour que la solution Treezor soit opérationnelle dans nos systèmes. ”

Tristan Leteurtre,  
président de Mooncard

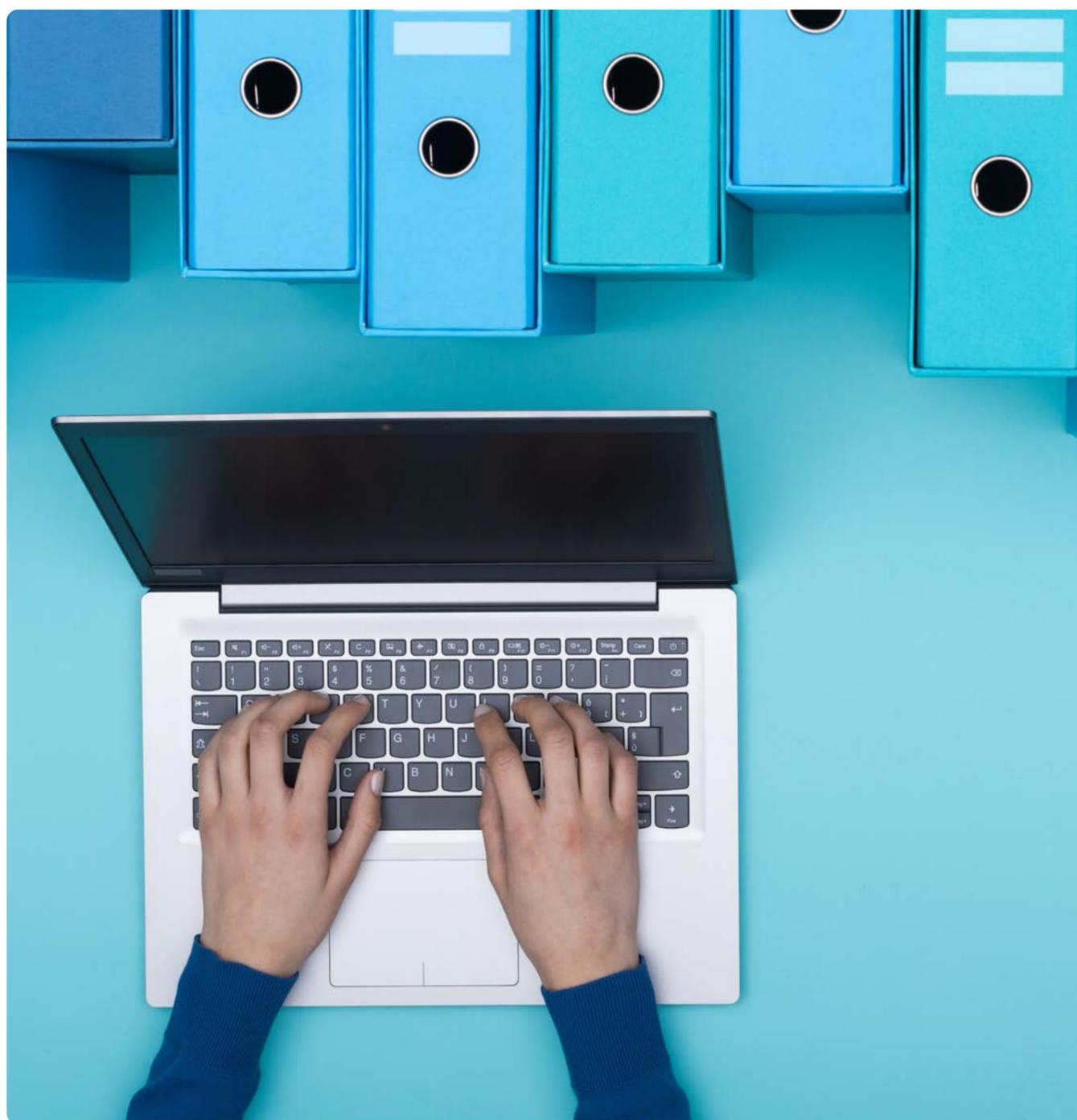
La connaissance des usages utilisateurs vous permet-elle ensuite de leur proposer d'autres offres et services ?

Tout à fait. La donnée bancaire est un moyen de caractériser les offres complémentaires dont nos utilisateurs pourraient avoir besoin, telles que des offres d'assurance ou de carte premium. C'est un moyen d'offrir davantage de services en réponse aux attentes de nos clients. Nous avons par ailleurs mis en place un partenariat avec le programme de fidélité Flying Blue d'Air France KLM, permettant de proposer un cash back en miles aux porteurs de carte Mooncard. Pour certaines entreprises, cela participe à la fidélisation des collaborateurs.



# #3

## Une organisation plus efficace et plus productive



La dématérialisation des entreprises est en marche. Quelle que soit sa taille ou le secteur d'activité au sein duquel elle évolue, chaque entreprise utilise des outils digitaux. Ceux-ci sont à destination des clients finaux mais également pour un usage interne avec des plateformes de gestion RH ou de trésorerie. L'intégration de services financiers permet aux entreprises d'être plus efficaces via, par exemple, l'automatisation des ERP et l'intégration des systèmes de gestion à destination des collaborateurs. Tous les métiers sont concernés : depuis les directions financières qui digitalisent leurs reportings de gestion de trésorerie aux services marketings qui effectuent des scorings de leurs campagnes, en passant par les services clients qui utilisent l'IA dans leurs modélisations.

C'est donc l'ensemble des organisations qui sont en train de se redéfinir sous l'effet de la digitalisation. Chaque entreprise se dirige vers des systèmes de gestion plus flexibles et ajustables en temps réel. Cette facilité de gestion est largement portée par les modules de finance embarquée qui s'insèrent sans couture dans les applications. C'est ainsi, notamment grâce au développement des plateformes BaaS, qu'ont émergé les "néo-banques".

“ Shine est une fintech qui s'est développée grâce au déploiement de l'Open Banking, dans la lignée des deux directives sur les services de paiements, DSP1 et DSP2. ”

Raphaël Simon,  
Managing Director de Shine

Partout en Europe, de nouveaux acteurs bancaires viennent challenger les établissements bancaires traditionnels sur leurs marchés. Ces nouveaux établissements proposent des services financiers aux particuliers, avec des offres à bas coûts mais également aux professionnels. En la matière, il est notamment possible de citer Qonto, qui propose une alternative aux comptes à destination des professionnels, devenue licorne en 2022.

Grâce aux plateformes BaaS, il est désormais possible de proposer aux utilisateurs finaux des solutions intégrant de nombreux outils de gestion. C'est le cas de l'offre Shine qui propose compte professionnel, outils de comptabilité, assurances et cartes de paiements. Des solutions clés en main particulièrement efficaces pour les entrepreneurs. « Faire appel à une solution BaaS nous a permis de nous lancer rapidement, sans avoir à s'outiller en interne pour porter le risque, puisque nous opérons sous la licence bancaire Treezor », explique Raphaël Simon, Managing Director de Shine. Et de préciser « En Europe, les directives sur les systèmes de paiements ont ouvert de réelles fenêtres d'opportunités pour des sociétés qui ont pu se lancer rapidement grâce aux solutions BaaS ».



# SHINE

“Lorsqu’une fintech grandit, il est normal qu’elle souhaite internaliser une partie de la technologie.”

Raphaël Simon, Managing Director de Shine

Depuis 2017, Shine propose des comptes bancaires et cartes de paiement à destination des professionnels et des entreprises. Dès ses débuts, la fintech a fait appel à Treezor pour l’utilisation de l’ensemble de sa solution : agrément bancaire, core banking, cartes de paiement et technologie. Désormais, Shine totalise plus de 100 000 clients. Pour accélérer son développement, la « néobanque » est devenue Établissement de paiement et est désormais agréée auprès de l’ACPR. Quid du partenariat avec Treezor ? Raphaël Simon, Managing Director de Shine, explique.

**Quelle a été votre réflexion initiale quant au choix d’un prestataire au lancement de votre offre ?**

Shine est une fintech qui s’est développée grâce au déploiement de l’Open Banking, dans la lignée des deux directives européennes sur les services de paiements, DSP1 et DSP2. En 2017, le marché des solutions BaaS était peu développé en Europe. Nous cherchions à travailler avec un acteur français afin de proposer à nos clients des IBAN français. Treezor était alors la référence dans le secteur. De nombreuses fintechs faisaient déjà appel à ses services. **La solution clé en main de Treezor, qui comprend notamment une carte de paiement et les comptes, nous a tout de suite séduits.** Par ailleurs, le coût des services était compétitif. Faire appel à une solution BaaS nous a permis de nous lancer rapidement, sans avoir à s’outiller en interne pour porter le risque, puisque nous opérons en tant qu’agent sous la licence d’Établissement de paiement de Treezor. En Europe, les directives sur les systèmes de paiements ont ouvert de réelles fenêtres d’opportunités pour des sociétés qui ont pu se lancer rapidement grâce aux solutions BaaS.

**En Juillet 2021, vous obtenez votre agrément auprès de l’ACPR. Est-ce là un changement d’échelle majeur pour votre activité ?**

Oui tout à fait. **Nous venons de franchir la barre des 100 000 clients en France et avons des ambitions fortes de développement en France et au-delà de l’Hexagone.** En fait, lorsqu’une fintech grandit, il est normal qu’elle souhaite maîtriser son core banking. Cela lui permet d’être plus agile, plus réactive et de mettre en place des solutions spécifiques en réponse aux

**+100 000**

clients entreprises  
en France

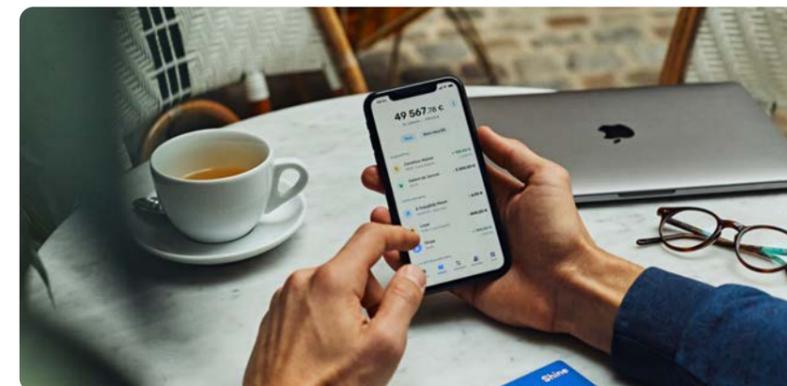
besoins de ses clients. L’obtention de la licence d’Établissement de paiement nous permet d’avoir des processus plus spécifiques et nous donne la maîtrise de nos opérations de bout en bout. Cependant, l’obtention de cet agrément nécessite un important investissement en interne. Nous portons désormais les risques et sommes responsables au regard des autorités de régulation. **Nos équipes ont grandi : sur les 230 collaborateurs que compte Shine, 45 sont désormais dédiés à la sécurité financière.**

**Quelles incidences de cet agrément sur le partenariat noué avec Treezor ?**

Nous avons renoué un partenariat avec Treezor pour plusieurs années ! En effet, nous restons liés à Treezor, notamment pour les cartes de paiement, puisque nous ne sommes pas membre principal de Mastercard, contrairement à Treezor. Au-delà de l’aspect cartes, nous avons renforcé notre partenariat avec Treezor sur les aspects techniques et systèmes d’information. **Treezor est aujourd’hui, plus que jamais, un PSEE c’est-à-dire un Prestataire de Service Externalisé Essentiel pour notre activité.** C’est aujourd’hui un challenge important pour nous, comme pour les équipes de Treezor qui sont en train de transformer leurs systèmes d’information pour les adapter aux besoins de Shine et d’autres établissements régulés.

**Shine et Treezor appartiennent désormais au même groupe, Société Générale. Est-ce que cette appartenance à la même entité favorise le développement de projets ?**

Lorsque nous avons choisi Treezor pour prestataire en 2017, nous étions tous les deux indépendants. Treezor s’est rapproché de Société Générale en 2019, tandis que Shine appartient au groupe Société Générale depuis juillet 2020. Le rachat n’a pas changé nos relations. Finalement, je pense que nous sommes pour Treezor un client comme un autre. De notre côté, Treezor reste un partenaire essentiel. La présence de Société Générale a néanmoins permis de simplifier les besoins d’audit entre les entités.



“La solution clé en main de Treezor, qui comprend notamment une carte de paiement et les comptes, nous a tout de suite séduits. Par ailleurs, le coût des services était compétitif.”

Raphaël Simon,  
Managing Director de Shine



# #4

## De nouvelles sources de revenus



L'ajout de services financiers à une application ou solution dématérialisée ouvre la voie à de nouvelles opportunités. La mise en place de cartes de paiement, de solutions de crédit, sont autant de nouvelles sources de revenus potentielles pour une fintech ou une entreprise.

L'une des grandes forces de la finance embarquée est l'interopérabilité des solutions, permettant d'ajouter à un système de nouvelles offres de services.

Conscient de ce fort potentiel, Treezor a ainsi intégré l'API de Franfinance dans son offre One-stop shop de finance embarquée, lui permettant de proposer à ses clients une offre de crédit à la consommation.

L'utilisation d'une plateforme BaaS a été le préambule à la naissance de Pixpay, solution de paiement à destination des adolescents. « Aujourd'hui, seuls 26 % des adolescents sont équipés d'une carte de paiement. Étant donné la forte immobilité bancaire en France, les établissements bancaires traditionnels adressent peu cette typologie de clientèle. Or, les usages évoluent : nous sommes convaincus qu'à horizon 5 ans la majorité des adolescents seront équipés d'une carte de paiement », expliquent Caroline Ménager et Nicolas Klein, Co-fondateurs de PixPay. **Le développement de la finance embarquée permet ainsi de disrupter des marchés traditionnellement adressés par les établissements bancaires et de faire naître de nouvelles propositions de valeur.**

“ Nous nous adressons aux Fintechs et corporates qui souhaitent proposer à leurs propres clients une offre de crédit clé en main, mais qui n'ont pas encore atteint la taille critique nécessaire au développement de cette activité.”

André Gardella, CEO de Treezor

Côté utilisateur, ces solutions facilitent le quotidien et constituent également de nouvelles sources de revenus, à l'exemple de l'épargne à l'arrondi qui s'est largement développée au cours des dernières années.



“ Dans 5 ans, la majorité des adolescents aura une carte de paiement. ”

Caroline Ménager, Nicolas Klein, Co-fondateurs de PixPay



Lancée fin 2019, PixPay propose des cartes de paiements à destination des adolescents. Une carte couplée à deux applications : l'une à destination de l'utilisateur mineur, l'autre à destination des parents qui peuvent alimenter le compte de leur enfant et avoir une vision des dépenses réalisées. Avec son offre, PixPay ambitionne également d'accompagner les adolescents dans leur éducation financière en leur donnant davantage d'autonomie. Trois ans après son lancement, PixPay compte 100 000 utilisateurs en France et se déploie désormais hors des frontières de l'Hexagone. Le point avec Nicolas Klein et Caroline Ménager, Co-fondateurs de PixPay.

#### Quel est votre positionnement marché ?

Aujourd'hui, seuls 26 % des adolescents sont équipés d'une carte de paiement. Étant donné la faible mobilité bancaire en France, les établissements financiers traditionnels adressent peu cette typologie de clientèle. Or, les usages évoluent : nous sommes convaincus qu'à horizon 5 ans la majorité des adolescents seront équipés d'une carte de paiement. Les adolescents sont très connectés et la période de crise sanitaire a intensifié la dématérialisation des usages. Nous constatons par ailleurs que la moyenne d'âge des adolescents utilisateurs de PixPay recule. Elle est désormais de 14 ans et demi.

“ La réglementation européenne nous permet d'exporter notre offre. ”

Caroline Ménager  
& Nicolas Klein,  
Co-fondateurs de PixPay

#### Quelles sont vos obligations en matière de KYC ?

Nous sommes soumis à la réglementation européenne en matière de contrôle et de sécurité. **Chaque compte PixPay est ouvert au nom du parent et non à celui de l'enfant.** Par ailleurs, le parent peut décider de réaliser les contrôles sécurité après avoir souscrit à notre offre. Sans vérification des KYC, le compte de paiement sera limité aux seuils de monnaie électronique en vigueur, avec par exemple un montant mensuel de flux d'un maximum de 150 euros. La vérification va permettre de lever le plafond. Finalement cet élément réglementaire ne bloque pas le parcours de souscription. Très souvent, en découvrant les fonctionnalités offertes par notre plateforme, les parents décident de réaliser le KYC. Nous avons aujourd'hui près de 60 % de nos clients qui ont réalisé le parcours de souscription complet.

#### Comment avez-vous choisi votre partenaire BaaS ?

Tout d'abord, nous souhaitons un time to market rapide. Aussi, il n'était pas question de nous lancer dans l'obtention d'un agrément ACPR. **Nous souhaitons une solution robuste comprenant à la fois la partie réglementaire et la partie technique.** Nous souhaitons également faire appel à un acteur français garantissant que les fonds collectés restent en France. Toutes ces raisons nous ont amené à choisir Treezor. En six mois, la solution était opérationnelle. D'autre part, nous avons pu, en lien avec Treezor, déployer, courant 2021, Google Pay et Apple Pay. Il s'agit là de deux fonctionnalités très demandées par nos usagers. Chez PixPay, 20 % des paiements sont réalisés via Google Pay et Apple Pay. Un taux largement supérieur à celui constaté au sein de la population bancaire.

20%

des paiements sont réalisés via Google Pay et Apple Pay

#### Quelles sont vos ambitions de développement ?

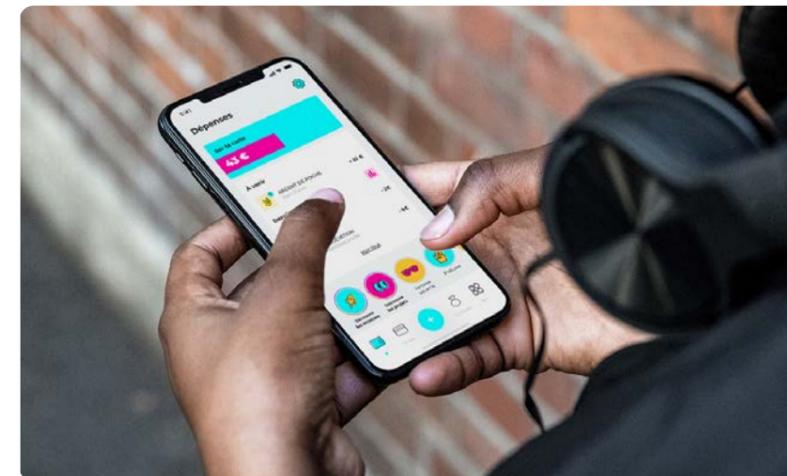
Les problématiques des parents vis-à-vis de l'éducation financière de leurs enfants sont relativement les mêmes au sein de l'Union européenne. De plus, **la réglementation européenne nous permet d'exporter notre offre.** Enfin, les acteurs positionnés sur le marché des comptes de paiements à destination des adolescents sont rares en Europe.

#### Continuerez-vous à utiliser les services de Treezor pour votre offre hors des frontières françaises ?

Nous continuons à travailler avec Treezor. La solution à la fois technique et réglementaire de Treezor correspond à nos besoins. Le système est à la fois robuste et évolutif. Fort de notre lancement en France, nous avons choisi de nous déployer dans d'autres pays d'Europe, à commencer par l'Espagne où nous sommes désormais présents.

“ La solution à la fois technique et réglementaire de Treezor correspond à nos besoins. Le système est à la fois robuste et évolutif. ”

Caroline Ménager  
& Nicolas Klein,  
Co-fondateurs de PixPay





# #5

## Une technologie d'avenir



Ne pas prendre le pas de la finance embarquée, c'est sans doute se priver d'importantes opportunités de développement. Au-delà de l'aspect connaissance clients, les solutions BaaS offrent aux fintechs et aux entreprises de nouvelles sources de revenus. Dans le paysage économique actuel, les premières licornes sont d'ailleurs celles qui se sont appuyées sur des outils de finance embarquée pour accélérer leur time-to-market.

“ Depuis avril 2021, nous sommes Établissement de Monnaie Électronique (EME) et nous sommes également, depuis décembre 2021, membre principal de Mastercard. ”

Quentin Vigneau,  
Head of Product Payment de Swile

Loin d'être une technologie figée, les plateformes BaaS n'ont de cesse d'innover et d'apporter de nouvelles solutions. Le secteur des paiements évolue vite et l'ensemble des acteurs se doit de répondre à d'importants défis. Parmi ceux-ci se trouve celui de la technologie. De plus en plus de fintechs, choisissent d'opérer sous leur propre agrément ACPR mais continuent d'utiliser le core banking d'une solution BaaS. C'est le cas, par exemple, de la licorne Swile, comme l'explique Quentin Vigneau, Head of Product Payment de Swile : « Depuis avril 2021, nous sommes Établissement de Monnaie Électronique (EME) et nous sommes également, depuis décembre 2021, membre principal de Mastercard. Treezor se concentre désormais sur des prestations que nous ne souhaitons pas internaliser, à savoir le processing card et le Gateway SEPA. Pour Swile, Treezor opère le lien entre les émetteurs et banques pour la partie paiement. C'est là un challenge de taille. **Nous travaillons donc de concert à l'amélioration des process et de la technologie** ».

Fidèle à son ADN, Treezor n'a de cesse d'améliorer ses solutions, en lien étroit avec les attentes de ses clients. C'est ainsi que Treezor travaille aujourd'hui à l'optimisation de son core banking de sorte à pouvoir répondre à l'ensemble de ses problématiques clients, qu'ils soient fintechs, licornes ou grandes entreprises. « Lorsque nos clients internalisent la partie réglementaire, il leur reste néanmoins deux volets : le volet technique et le volet bancaire. Sur le volet technique, Treezor met à disposition de l'ensemble de ses clients ses services, que ce soit pour l'identification forte par exemple ou encore l'instant payment. **Cette mutualisation nous permet de proposer toutes ces fonctionnalités à des tarifs très compétitifs** », souligne André Gardella, CEO de Treezor.

Sous l'impulsion de ses clients, Treezor relève de nouveaux défis techniques. Pour La Carte Française, la plateforme BaaS est parvenue à livrer une solution opérationnelle en quelques jours seulement. « Nous travaillons actuellement avec Treezor à la mise en place de la nouvelle version de La Carte Française. Celle-ci devrait être très prochainement disponible. Grâce aux processus de contrôles KYC de Treezor, nous pourrions « désanonymiser » les cartes et ainsi augmenter les plafonds. Il s'agit d'une étape cruciale pour notre activité », explique Charles Huet, co-fondateur de La Carte Française.



# swile

“ Nous sommes à présent devenus un acteur financier et nous avons choisi de confier la partie critique de nos systèmes d'information à Treezor. ”

Quentin Vigneau, Head of Product Payment de Swile

En 2021, Swile, a rejoint le cercle très fermé des licornes françaises. Depuis ses débuts, le spécialiste de la dématérialisation des tickets restaurant a fait un long chemin, jusqu'à s'imposer comme la solution de dématérialisation des avantages salariés, embarquant les titres restaurant, mais également les titres cadeaux, titres vacances et titres de mobilité. Swile propose aujourd'hui trois outils : une application à destination des salariés, une plateforme à destination des équipes RH et paie ainsi que des cartes de paiements physiques et dématérialisées via son partenaire Mastercard. Si la licorne est aujourd'hui en passe de changer d'échelle, elle reste fidèle à Treezor depuis ses débuts. Le point avec Quentin Vigneau, Head of Product Payment, chez Swile.

**Lors de la création de Swile en 2017, vous faites appel à Treezor pour la solution BaaS. Pourquoi ce choix ?**

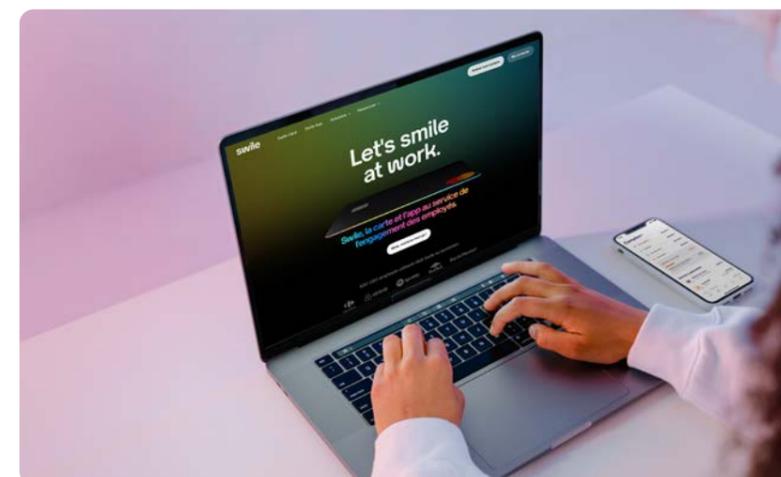
## 30 000

entreprises clientes  
en France et en  
Amérique du Sud.

Il faut bien avoir à l'esprit qu'à l'origine Swile - dont le nom était à l'époque Lunchr - avait pour principale ambition de monter une plateforme de mise en réseau pour le déjeuner. Cette idée était alors portée par les fondateurs qui connaissaient très peu le monde des paiements. En 2017, l'acteur le plus innovant sur la technologie BaaS en France était sans conteste Treezor. La fintech des fintechs travaillait d'ailleurs déjà avec de nombreuses start-ups. **Le choix nous a alors semblé évident : Treezor proposait la brique technologique nous permettant un go-to-market immédiat.** Nous avons ainsi pu nous appuyer sur la licence bancaire de Treezor afin de déployer notre solution très rapidement.

**En Avril 2021, Swile a obtenu sa licence de monnaie électronique. Quelle a été l'incidence de ce changement sur vos relations avec Treezor ?**

Toute fintech a vocation à grandir. Nous avons aujourd'hui atteint un volume de flux et un nombre de clients très important. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi d'internaliser notre core banking et avons fait une demande de licence de paiement auprès de l'ACPR (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Régulation).



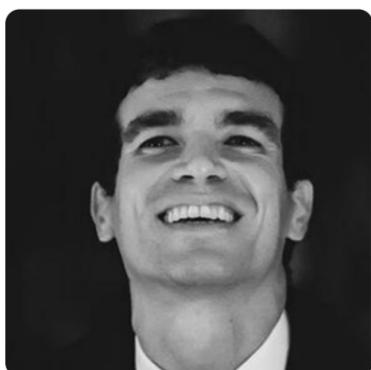
Depuis avril 2021, nous sommes Établissement de Monnaie Électronique (EME) et nous sommes également, depuis décembre 2021, membre principal du réseau Mastercard. Ces deux changements auraient pu nous amener à opérer sans Treezor dont la solution est davantage calibrée à destination de fintechs qui cherchent une solution clé en main. Cependant, les équipes de Treezor nous ont fait une proposition qui nous a séduits. Treezor se concentre désormais sur des prestations que nous ne souhaitons pas internaliser, à savoir le processing card et le Gateway SEPA (accès au réseau de paiement en euros SEPA). Pour Swile, Treezor opère ainsi le pont technique entre les émetteurs et Mastercard et opère également le lien entre les sous participants et les banques pour la partie paiement.

**Comment se passe cette nouvelle collaboration ?**

Nous sommes à présent devenu un acteur financier et nous avons choisi de confier la partie critique de nos systèmes d'information à Treezor. Sur les aspects Gateway SEPA et Processing Card, il existe de nombreux acteurs spécialisés. Nous avons néanmoins choisi de continuer à travailler avec Treezor pour cette nouvelle étape de notre développement. C'est un beau challenge, pour nous, mais également pour Treezor qui s'est positionné récemment sur l'accompagnement des fintechs ayant obtenu leur licence bancaire. Nous travaillons conjointement à l'amélioration des processus et de la technologie.

**Quelles sont vos ambitions de développement ?**

Swile compte aujourd'hui 30 000 entreprises clientes en France et en Amérique du Sud et poursuit son développement.



## la carte française

“ La levée des plafonds est une étape cruciale pour notre activité. ”

Charles Huet, Co-fondateur de la Carte Française

Sur le marché de la carte cadeau multi-enseignes, un nouvel acteur a fait son arrivée en France en 2019. Résolument engagée, la Carte Française permet de faire des achats exclusivement au sein de commerçants garantissant à minima 70 % de leur catalogue Made in France. Au-delà de l'identification de partenaires commerciaux, la mise en place des cartes cadeaux transformables en cartes de paiements a nécessité de relever de nombreux défis techniques. Explications de Charles Huet, co-fondateur de la Carte Française.

### Quel est le positionnement de La Carte Française ?

Plus de  
**150 000**  
produits Made in France

Nous avons lancé La Carte Française en 2019 avec pour ambition de permettre à chacune et à chacun d'aligner ses actes d'achats avec ses engagements. Au quotidien, beaucoup de citoyens affirment leur soutien à l'économie française, mais dans les faits, leurs achats ne sont pas toujours en lien avec leurs convictions. C'est d'autant plus vrai au sein des entreprises où les représentants syndicaux se battent toute l'année pour la sauvegarde des emplois en France en distribuant à Noël aux salariés des cartes cadeaux multi enseignes généralistes. Il faut bien avoir à l'esprit que rien que pour la période de Noël, le marché des cartes cadeaux en France représente deux milliards d'euros. S'il existe aujourd'hui sur le marché des acteurs de taille sur le secteur, aucun ne propose de cartes engagées en faveur du made in France. **Notre ambition est de donner les moyens à chacune et chacun de s'engager lors de ses achats.** La Carte Française regroupe aujourd'hui 380 boutiques en lignes et 150 boutiques physiques, soit plus de 150 000 produits Made in France.

### Comment avez-vous choisi votre prestataire BaaS ?

La première version de La Carte Française a été lancée en novembre 2019. Au lancement, nous avons fait appel à un établissement bancaire. Cependant, quelques mois après le lancement, la législation européenne s'est resserrée. La première version de notre carte n'était pas « désanonymisable ». C'est-à-dire qu'il y avait un nom sur la carte mais pas de contrôle KYC. Par conséquent, la carte est plafonnée à 150 euros. Par ailleurs, la vente en ligne ou VAD est limitée à 50 euros par transaction. Autant de raisons qui nous ont amené à évaluer d'autres offres. Nous nous sommes alors rapprochés d'un acteur BaaS mais l'accord a échoué. En octobre 2021, soit quelques mois avant Noël, nous étions sans solution. Nous nous sommes alors tournés vers Treezor avec qui nous étions déjà en discussion. **Treezor nous a mis à disposition sa licence de monnaie de paiement électronique ainsi que ses API.** Il a suffi de quelques jours pour que la V1 de La Carte Française soit de nouveau opérationnelle.



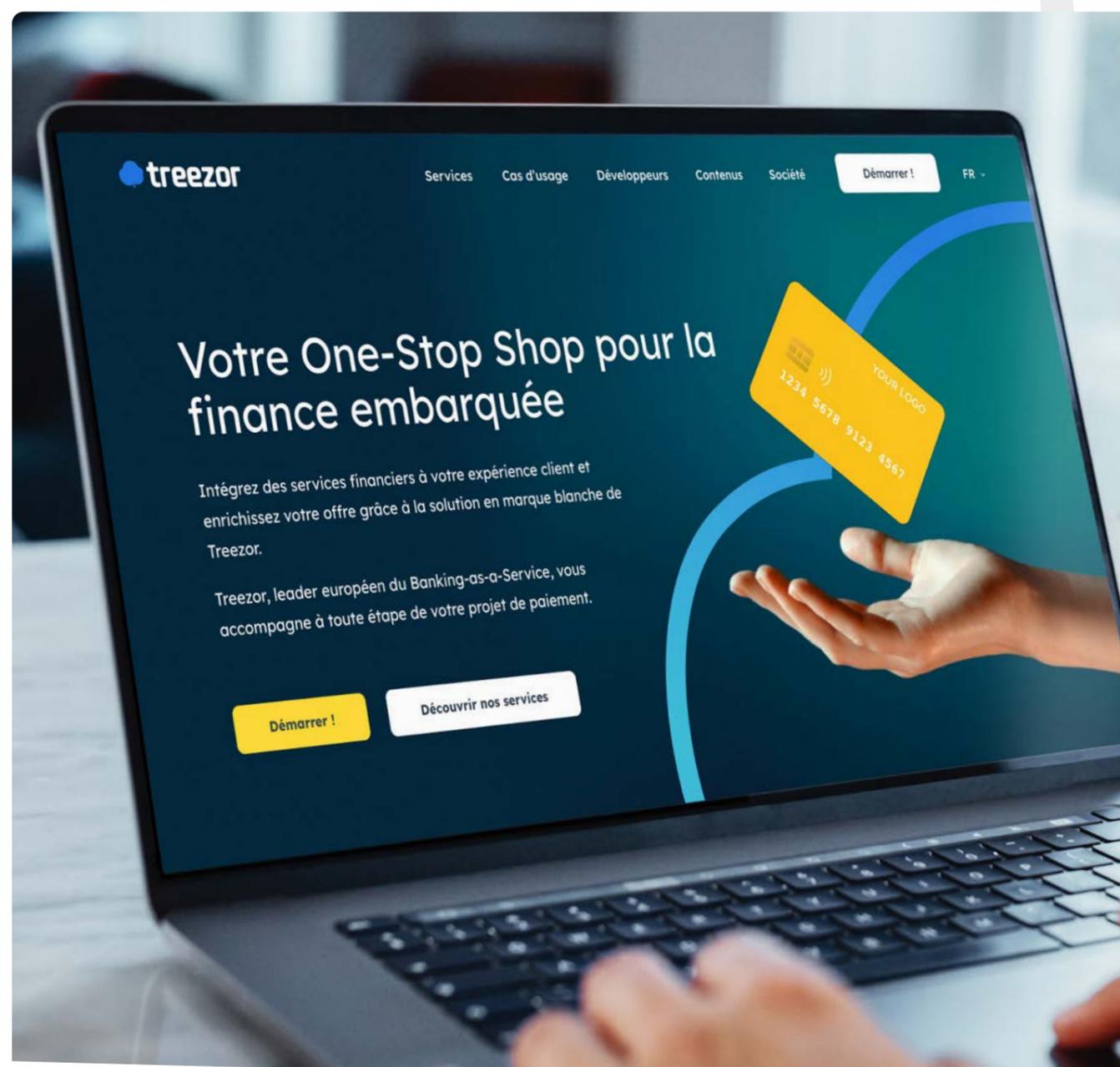
“ En octobre 2021, soit quelques mois avant Noël, nous étions sans solution. Nous nous sommes alors tournés vers Treezor. ”

Charles Huet,  
Co-fondateur de  
la Carte Française

### Quels sont les défis à venir ?

Nous travaillons actuellement avec Treezor à la mise en place de la nouvelle version de La Carte Française. Celle-ci devrait être très prochainement disponible. Grâce aux process de contrôles KYC de Treezor, nous pourrons « désanonymiser » les cartes et ainsi augmenter les plafonds. Il s'agit d'une étape cruciale pour notre activité.

# Et Trezor dans tout ça ?



## BaaS généraliste, Trezor accélère le time-to-market de ses clients

Trezor est un Établissement de Monnaie Électronique (EME) agréé par l'ACPR, membre principal des réseaux Mastercard et Visa et sous-participant du réseau SEPA.

Depuis l'obtention de son agrément d'Établissement de Monnaie Électronique en 2016, Trezor n'a de cesse de se placer aux côtés des entreprises innovantes. Son crédo : leur fournir en un temps record l'ensemble des services de paiements dont elles ont besoin. Plateforme BaaS généraliste, Trezor permet aux fintechs de se déployer rapidement en s'appuyant sur ses agréments et son API. Grâce à la solution de Trezor qui fournit le core banking, mise en conformité réglementaire et moyens de paiements, les entreprises peuvent se concentrer sur la création de valeur ajoutée au cœur de leur offre. Le time-to-market est ainsi réduit à quelques mois. Depuis ses débuts, de nombreuses fintechs ont choisi d'opérer via la solution Trezor, à tel point que le sur le marché, **Trezor est souvent surnommée "The Unicorn farmer".** Éleveur de licornes, Trezor a vu grandir en son sein des grands noms de la Tech française, à l'instar de Qonto, Lydia, Swile, Shine, Cashbee, ou encore Pixpay. L'innovation dans le secteur des paiements est en pleine ébullition. Chaque année en France et désormais en Europe, le marché voit naître de nouvelles offres de fintechs et de corporates pour disrupter ou créer de nouveaux cas d'usage tels que les avantages salariés, la mobilité, l'épargne, la banque digitale, la gestion financière, les aides sociales et services publics qui s'appuient sur la solution de finance embarquée de Trezor pour se développer.

Aujourd'hui, Trezor continue d'accompagner les fintechs dans leurs premiers pas mais également des corporates qui souhaitent plancher sur un projet innovant. Les licornes qui ont grandi avec Trezor font parfois le choix d'obtenir leur propre licence réglementaire. Néanmoins, elles continuent à utiliser les services de Trezor dont la solution API leur offre agilité et robustesse.

## Méthodologie : Trezor accompagne ses clients au plus près de leurs besoins

La force de Trezor est de proposer une solution fiable et scalable. Un socle technique à partir duquel les entreprises ont la possibilité de déployer des services associés, créateurs de revenus supplémentaires.

Pour ce faire, Trezor a développé une solution propriétaire et s'engage au quotidien à améliorer ses services en y ajoutant de nouvelles innovations et fonctionnalités. Solution agile et modulable, la plateforme Trezor permet d'implémenter rapidement différents services :

- **KYC & Compliance** : gestion du risque, de la fraude et de l'entrée en relation clients, signature électronique
- **Programme carte** : émission de cartes de paiements physiques et virtuelles, Processing et BIN Sponsorship
- **Banque digitale** : core banking en marque blanche, IBAN, E-wallet, et tenue de compte
- **Compte** : gestion de comptes IBANisés et émission d'IBANs virtuels
- **Acquisition en ligne** : solution d'acceptation de moyens de paiement en ligne
- **SEPA** : virements SCT Inst. SCT et prélèvements SDD core et SDD B2B
- **Crédit** : renouvelable et amortissable
- **Interfaces** : application mobile et dashboard

Chaque client Trezor reçoit un accompagnement adapté, depuis la mise en place de la plateforme technologique jusqu'à l'utilisation des services associés. Dans la lignée de l'ADN cher à Trezor, « fintech de toutes les fintechs », les équipes de Trezor n'ont de cesse de travailler en co-construction avec leurs clients afin d'améliorer leur proposition de valeur et faire naître des nouveaux services.

C'est ainsi par exemple que Trezor a déployé une offre de crédit - en partenariat avec Franfinance. Depuis janvier 2022, Trezor propose à l'ensemble de ses clients d'intégrer à leur parcours client une offre de crédit renouvelable et /ou amortissable clé en main.

Par ailleurs, la plateforme BaaS européenne intensifie son développement international, porté notamment par les projets de ses clients, qui, forts de leurs succès au sein de l'Hexagone, se déploient désormais dans de nombreux pays d'Europe.



“ Plus une fintech grandit et plus elle a besoin de services bancaires. ”

André Gardella,  
CEO de Treezor

C'est en 2015 que Treezor voit le jour, porté par trois fondateurs de fintechs qui voient poindre une révolution dans le monde des paiements. Depuis, Treezor, le précurseur du Banking-as-a-Service, devenu leader sur son domaine, n'a eu de cesse d'optimiser ses services en lien étroit avec ses clients. André Gardella, CEO de Treezor revient sur la genèse de celle qui, très vite deviendra « la fintech des fintechs » et détaille les ambitions de développement de Treezor en France et à l'international.

### Comment est née Treezor ?

Treezor a été imaginé en 2006. À cette époque, trois associés fondent une fintech sur le modèle de la cagnotte en ligne. Très vite, ils se heurtent à des problématiques réglementaires : pour augmenter le plafond des transactions, la fintech devait être régulée et dotée d'un dispositif complet. Ils décident alors d'élaborer une solution à destination des fintechs offrant des services de paiement disponibles par API. **Après avoir obtenu la licence (Établissement de Monnaie Électronique) auprès de l'ACPR, la première offre Treezor a été lancée en 2016. Un an plus tard, l'offre était complétée par la carte de paiement, en partenariat avec Mastercard.**

### Quelles sont les licornes qui ont été accompagnées par Treezor ?

Le paysage français des fintechs a évolué à partir du moment où un acteur tel que Treezor a émergé. **Il faut bien avoir à l'esprit qu'à l'époque c'était une véritable révolution. Treezor permettait aux entreprises innovantes de se concentrer sur leurs innovations en leur apportant technologie, conformité réglementaire et cartes bancaires.** Beaucoup de licornes se sont révélées avec Treezor, comme Qonto, Lydia ou encore Swile. Toutes ces licornes ont pu déployer des services très disruptifs en plaçant le client au cœur de leur dispositif. Elles sont venues challenger les acteurs traditionnels en mettant en place des innovations majeures, à l'exemple de Swile qui embarque dans une seule et unique carte l'ensemble des avantages salariés. **Toutes ces entreprises sont à l'image de Treezor : impertinentes et en avance sur leur temps.**

### En 2019, Société Générale se positionne sur Treezor. Pourquoi ce choix ?

Le choix de l'acquisition de Treezor s'est fait au travers de multiples discussions au sein du Groupe. Très vite, Treezor a été mentionnée par différents métiers comme le partenaire de choix pour développer de nouvelles offres et construire de nouveaux business models. **Treezor est un pure-player du BaaS en France et reste le leader incontesté sur ce marché.** Il est important de souligner que, dans l'accord de rachat, Treezor reste une entité juridique avec sa marque propre et une large autonomie de management. Néanmoins, sur les sujets régaliens tels que la conformité ou la gestion des risques, Treezor est alignée sur le fonctionnement du groupe Société Générale.

### Quels ont été les apports de Société Générale à Treezor ?

Dès le rachat, nous avons mis en place un plan de développement ambitieux avec des objectifs de croissance significatifs. **Le nombre de collaborateurs de Treezor était de 40 au moment du rachat en 2019, il était de plus de 200 à la fin de l'année 2022.** Au-delà de l'apport en matière de conformité, Société Générale apporte à la solution Treezor de nouveaux services, tels qu'une offre de crédits via Franfinance et une offre d'assurance via Moonshot. Ces deux solutions viennent s'ajouter à l'API de Treezor. Ainsi, les clients de Treezor ont la possibilité de proposer à leurs utilisateurs finaux de nouveaux services. De son côté, Treezor apporte à Société Générale un nouveau canal de distribution ainsi que la capacité de développer des projets en synergie avec le Groupe. C'est notamment le cas de Banxup, l'offre Société Générale à destination des adolescents qui n'aurait pas pu voir le jour sans solution BaaS.

### Beaucoup de vos clients ont cité l'IBAN français comme un gage de réassurance. En quoi le BaaS made in France est-il un atout ?

Je pense que derrière la nationalité de l'IBAN il y a surtout la connaissance de la réglementation française et de son mode de fonctionnement. À titre d'exemple, la gestion d'une procédure de faillite ou les dispositifs de gel des avoirs peuvent être très différents d'un pays à un autre, même dans le cadre européen. Derrière la capacité à gérer un IBAN se trouve l'assurance que le prestataire BaaS est en capacité d'offrir une sécurité de gestion. Faire confiance à un acteur BaaS régulé par l'ACPR (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution), et, de surcroît adossé à un grand groupe bancaire, c'est se placer aux côtés d'un acteur robuste. En France, la vigilance portée par le régulateur à l'endroit des nouveaux entrants est très importante. Si nous restons flexibles, nous ne faisons aucun compromis sur les demandes du régulateur.

### Certaines fintechs ont évolué et ont désormais leur propre agrément ACPR. Pouvez-vous tout de même continuer à les accompagner ? De quelle façon ?

Lorsque nos clients internalisent la partie réglementaire, il leur reste néanmoins deux volets : le volet technique et le volet bancaire. Sur le volet technique, Treezor met à disposition de l'ensemble de ses clients une offre de services de gestion de comptes et de paiement très large et en constante amélioration, que ce soit pour l'identification forte par exemple ou encore l'instant payment. Cette mutualisation nous permet de proposer toutes ces fonctionnalités à des tarifs très compétitifs. À cela s'ajoutent les services bancaires. **Grâce à notre proximité avec la Société Générale, nous sommes à même de proposer, au sein d'une offre unifiée, l'intégralité des services bancaires dont ils ont besoin incluant les comptes de cantonnement et l'accès au réseau SEPA.**

### Au-delà des fintechs qui sont les clients de Treezor ?

**Nous assistons à un mouvement de marché qui s'amplifie autour de la finance embarquée.** De plus en plus de grands corporates intègrent des briques de services financiers à leurs solutions. Grâce à l'API modulaire de Treezor, nous leur permettons d'ajouter des services financiers dans leurs parcours clients. Il s'agit là d'un relai de croissance majeur pour Treezor qui, au-delà des fintechs, accompagne de plus en plus de clients grands comptes. Ces clients corporate sont d'ailleurs souvent en lien avec les équipes grands comptes de Société Générale qui les orientent vers Treezor pour les accompagner dans le déploiement de nouvelles solutions.

### Quelles sont vos ambitions de développement à l'international ?

L'international est le second relais de croissance identifié par Treezor. Il est très cohérent avec celui sur la clientèle corporate. En effet, les grands groupes sont internationaux et déploient leurs solutions dans plusieurs pays. C'est la raison pour laquelle Treezor se déploie aujourd'hui en Europe, via l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne et le Benelux. Ce développement international bénéficie aussi à nos clients fintechs qui, à l'instar des licornes, peuvent grandir très rapidement. Enfin, **notre expertise est reconnue au-delà des frontières nationales et nous sommes régulièrement sollicités par des fintechs européennes pour le développement de leurs projets.**



# Treezor en bref

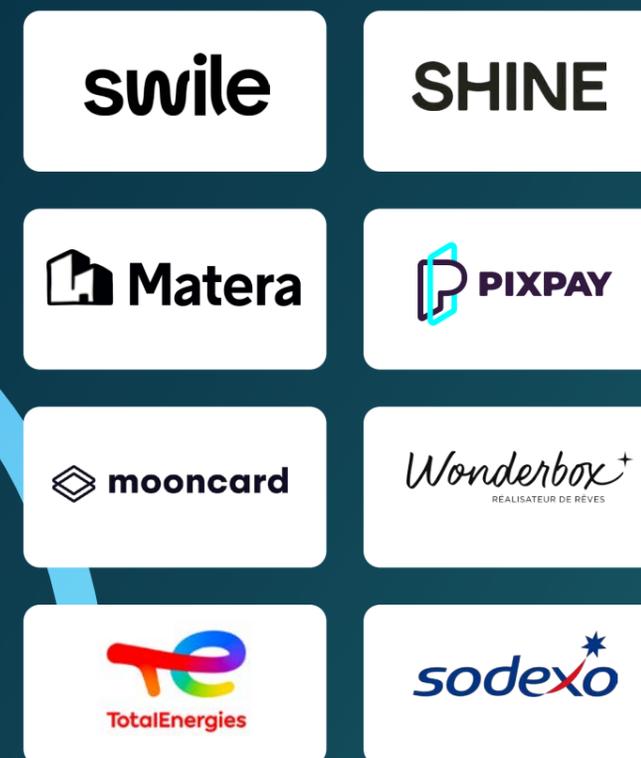
## À propos de nous

- Lancement en 2016 par deux entrepreneurs français
- Membre principal du réseau Mastercard
- Acquisition en 2019 par le groupe Société Générale
- 1<sup>er</sup> Établissement de Monnaie Électronique (EME) français agréé pour l'ensemble des services de paiement
- Extension du partenariat et prise de participation minoritaire de Mastercard en 2022

## Chiffres clés



## Ils nous font confiance



Et bien d'autres...



ENABLE CREATIVE BANKING

Pour lancer votre projet de paiement,  
**contactez-nous !**

**treezor.com**