

LA FINANCE EMBARQUÉE



LA FINANCE EMBARQUÉE



Claire CALMEJANE,
Directrice Innovation Groupe,
Société Générale

Lancé en mars 2020 par la Direction de l'Innovation Groupe, l'Observatoire des Tendances propose une synthèse d'analyses et de cas d'étude sur les transformations à l'œuvre dans le secteur financier. Cette initiative a permis de décrypter les transformations majeures des usages et des marchés, impactés par la crise Covid. Au cours de huit éditions, l'Observatoire a donné la parole aux experts du Groupe Société Générale pour partager leurs compréhensions des tendances et des évolutions du secteur financier, à travers le prisme du digital.

Trois années plus tard, certaines tendances se sont renforcées jusqu'à atteindre leur pleine maturité, d'autres ont perdu de la vitesse, voire ont disparu. D'autres enfin sont apparues pour donner naissance à de nouveaux usages. C'est cette transformation permanente que les nouvelles éditions de l'Observatoire vont aborder, en partageant les points de vue des experts du Groupe, mais aussi ceux de nos partenaires.

SOMMAIRE

PAGE 3

LA FINANCE EMBARQUÉE, UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR

PAGE 6

LES TENDANCES DE LA FINANCE EMBARQUÉE

PAGE 9

LES ILLUSTRATIONS DE LA FINANCE EMBARQUÉE PAR SOCIÉTÉ GÉNÉRALE



Aurélia KUNCELMAN,

Innovation Strategists, Direction Innovation Groupe,
Société Générale



Amélie ROYER,

LA FINANCE EMBARQUÉE, UNE MARCHÉ EN PLEIN ESSOR

La Finance Embarquée permet à toute société non-financière d'intégrer des services financiers dans ses parcours utilisateurs pour créer de nouvelles propositions de valeur.



Depuis plusieurs décennies, des acteurs non-bancaires fournissent des services financiers à leurs utilisateurs ; citons les cartes de crédit co-labellisées avec des entreprises de la grande distribution ou les compagnies aériennes. D'autres formes plus anciennes de la Finance Embarquée existent également, comme les offres de crédit à la consommation dans les points de vente ou encore les offres de prêts automobiles chez les concessionnaires.

Ces exemples illustrent la capacité des acteurs bancaires à développer de nouveaux canaux d'acquisition pour atteindre leurs clients finaux.

La nouveauté introduite par la nouvelle génération de Finance Embarquée réside dans la mise à disposition de produits financiers dans les interfaces digitales utilisées quotidiennement par les clients finaux, comme les applications de fidélité des consommateurs, les portefeuilles de monnaie électronique, ou encore les logiciels de comptabilité. Pour les clients finaux de ces interfaces, la découverte et l'acquisition d'un service financier devient une prolongation naturelle de leurs expériences, elles-mêmes non-financières, comme les achats en ligne pour un particulier ou la gestion des stocks pour une entreprise.

Du point de vue de l'entreprise non-financière, c'est-à-dire de la marque en contact avec le client final, **les bénéfices de la finance embarquée sont doubles :**

- **augmenter l'engagement client** en conservant l'utilisateur sur son parcours client, et
- **faire croître ses revenus.** À ce titre, la société de gestion en capital-risque Andreessen Horowitz évalue qu'une entreprise Software-as-a-Service (SaaS) peut multiplier entre 2 et 5 fois ses

revenus en intégrant des services financiers⁽¹⁾. Sur le segment du e-commerce, RBC Capital⁽²⁾ estime qu'un marchand intégrant des offres de financement lors du checkout - sous la forme de paiement différé (Buy Now, Pay Later - BNPL) - augmente son taux de conversion entre 20% à 30% et accroît le ticket de vente moyen entre 30% et 50%.

Au regard des valorisations d'entreprises en 2021, il apparaît⁽³⁾

que les sociétés non-financières intégrant des services financiers se valorisent à des niveaux plus élevés que leurs pairs, à hauteur de 6,7x les ventes en moyenne pour les marketplaces (places de marché) dotées de services financiers (ex. Uber, Airbnb, Shopify, Jumia), contre 5,3x pour les autres marketplaces et 4,6x pour les acteurs financiers (ex. Goldman Sachs, KKR, Mastercard). Malgré la baisse des valorisations en 2022 et 2023, la comparaison reste d'actualité.

Les sociétés non-financières intégrant des services financiers se valorisent à des niveaux plus élevés que leurs pairs

(1) Andreessen Horowitz, Fintech Scales Vertical SaaS, 2020.

(2) RBC Capital, 2021 Outlook : Payments, Processing and IT Services

(3) Dealroom, Adevinta Ventures and speedinvest, Fintech-enabled marketplaces

La Finance Embarquée moderne est donc la capacité pour toute entreprise de gérer et de vendre des produits financiers. Ces produits financiers s'inscrivent majoritairement dans **QUATRE GRANDS DOMAINES :**

LES PAIEMENTS EMBARQUÉS

(EMBEDDED PAYMENTS) : à travers des services de paiement directement intégrés dans les plate-formes comme les e-wallets, le paiement transfrontalier, le paiement « B2B ».

LE FINANCEMENT EMBARQUÉ

(EMBEDDED LENDING) : à destination des particuliers comme le paiement différé (BNPL) et des entreprises comme le Revenue-Based-Financing (« RBF »).

L'ASSURANCE EMBARQUÉE

(EMBEDDED INSURANCE) : permettant de fournir des offres d'assurance personnalisées et intégrées dans les parcours d'achat.

LES INVESTISSEMENTS EMBARQUÉS OU GESTION DE PATRIMOINE

(EMBEDDED INVESTING) : correspondant par exemple à l'offre d'investissement en crypto-monnaie depuis des e-wallets de plate-forme de e-commerce.

Dans un rapport⁽⁴⁾ publié en octobre 2022, le cabinet McKinsey estime que la Finance Embarquée a généré près de 20 Mds \$ de revenus aux États-Unis pour la seule année 2021. Selon les estimations, ce marché pourrait doubler dans les trois à cinq prochaines années. S'étant prêté au même exercice la même année, le cabinet Bain⁽⁵⁾ avance le chiffre de 22 Mds \$ de revenus aux États-Unis en 2021, et un potentiel de 51 milliards de revenus à horizon 2026, soit un taux de croissance annuel de près de 20%.

À l'échelle internationale, une étude de Juniper Research⁽⁶⁾ affirme que les revenus de la Finance Embarquée pourraient dépasser 183 Mds \$ en 2027, bien au-delà de leurs niveaux actuels estimés à un peu moins de 65 Mds \$ en 2022. Avec une croissance de 182% en 5 ans, Juniper estime que l'expansion du marché sera principalement tirée par les sociétés non-financières qui intégreront des options de Finance Embarquée dans leurs offres.

Pilier de la finance embarquée, le développement du Banking-as-a-Service a conduit à la modularisation des services bancaires. Après avoir transformé l'industrie bancaire traditionnelle, cette capacité à distribuer des services bancaires par petits morceaux s'est diffusée vers d'autres secteurs d'activité, à commencer par le e-commerce.

(4) McKinsey & Company, Embedded Finance : who will lead the next payments revolution, octobre 2022

(5) Bain Capital et Bain & Company, Embedded Finance : what it takes to prosper in the new value chain, 2022

(6) Juniper Research, Embedded Finance : Key Trends, Segment Analysis & Market Forecasts 2022-2027, Novembre 2022



Alex MAYALL,
Investment Principal,
Anthemis Group

LES TENDANCES CLÉS DE LA FINANCE EMBARQUÉE

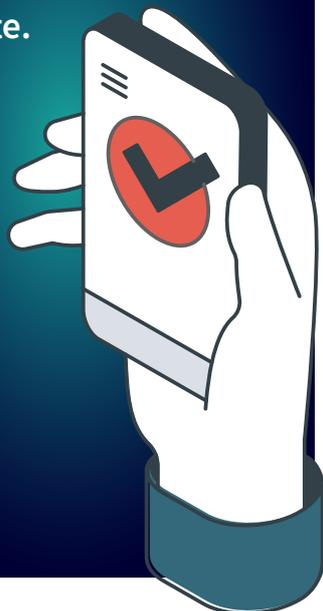
Anthemis, une société de capital-risque spécialisée dans les services financiers, observe trois tendances dans les canaux de distribution des services financiers en dehors du secteur des services financiers lui-même. Il s'agit en partie de tendances plus anciennes arrivant à maturité, en partie d'un phénomène nouveau.

Il est courant d'envisager la Finance Embarquée du point de vue du produit et de l'infrastructure technologique, et par conséquent, de ne pas tenir compte des services dans lesquels le produit financier sera intégré. En réalité, l'objectif même de la Finance Embarquée est de lutter contre les coûts croissants de la distribution directe dans un environnement de plus en plus concurrentiel, en trouvant soit des moments de forte intention d'achat, soit des moyens peu coûteux d'atteindre le consommateur.

Dans le futur, il est peu probable que la Finance Embarquée devienne universelle et omniprésente. Au contraire, différents produits s'adapteront à leurs propres niches de distribution et trouveront leurs équilibres de marché en matière d'acquisition de clients par le biais des API.

Anthemis, une société de capital-risque spécialisée dans les services financiers, observe trois tendances dans les canaux de distribution des services financiers en dehors du secteur des services financiers lui-même. Il s'agit en partie de tendances plus anciennes arrivant à maturité, en partie d'un phénomène nouveau.

Dans le futur,
il est peu probable que
la Finance Embarquée
devienne universelle
et omniprésente.



LE E-COMMERCE

Le e-commerce est le point de départ naturel et, à bien des égards, c'est là que la Finance Embarquée a été mise en place. Les premiers produits financiers intégrés étaient ceux de sociétés comme Affirm aux États-Unis ou Klarna en Suède. Nous les connaissons aujourd'hui sous le nom de produits BNPL (« Buy-Now-Pay-Later »). Dans certains secteurs, l'abandon des paniers peut atteindre 82 %, une statistique que les marques de e-commerce cherchent désespérément à réduire. La théorie veut que le bon service financier offert au bon moment puisse soit augmenter les taux de conversion en aidant les consommateurs à assumer la dépense, soit tirer parti de l'intention d'achat élevée qui est déjà en place en offrant des services supplémentaires.

Qover, l'une des principales compagnies d'assurance intégrées en Europe, permet aux e-commerçants d'ajouter de la valeur aux achats en offrant des services d'assurance accessoires à l'achat à la caisse. Ces services peuvent comprendre une extension de la garantie du fabricant d'origine, une protection contre les problèmes découlant des partenaires d'expédition/de livraison ou une assurance complète des articles dans le cas d'appareils coûteux.

Un autre exemple est celui d'une entreprise appelée Flare, qui offre des portefeuilles d'épargne liés à des achats précis en point de vente. Les clients effectuant un parcours d'achat sur un site de e-commerce utilisant Flare verront une option de « commande anticipée » à la caisse. En choisissant un délai de livraison plusieurs jours ou semaines plus tard par rapport à la livraison immédiate à laquelle nous sommes habitués, les clients bénéficient d'une remise sur leur achat.

En dehors d'un contexte de financement intégré, l'offre de services Qover et Flare serait trop chère ou impossible à vendre directement aux clients. C'est là le pouvoir de la distribution par le biais de partenariats et d'API dans le e-commerce : être en mesure de vendre à des clients à fort engagement (Qover) ou de débloquer l'abandon du panier grâce à l'incitation lors du paiement (Flare).

SAAS VERTICAUX

La stratégie d'upsell sur un client déjà acquis franchit une étape supplémentaire avec le concept de « SaaS verticaux ». Une entreprise SaaS verticale est une entreprise qui fournit un service B2B connu sous une forme plus générique ailleurs sur le marché, mais adapté à une verticale particulière. Ces entreprises peuvent avoir un faible coût d'acquisition client et créer une grande fidélité à la marque parmi leurs clients.

Cette tendance est plus répandue en Amérique du Nord qu'en Europe, car la spécialisation des services est généralement le signe d'un marché plus développé. Deux exemples bien connus de SaaS verticaux sont Squire, une plateforme de gestion d'entreprise pour les propriétaires de salon de coiffure, et Toast, une plateforme de point de vente et d'administration pour les restaurants. Ces deux plateformes offrent des services de gestion des ressources et d'administration à une catégorie particulière d'entreprises. « Au-dessus » de ce socle de base, des services additionnels peuvent venir renforcer la relation avec le client, au premier rang desquels des services financiers comme le recouvrement des paiements, la paie ou même l'octroi de crédit selon les performances de l'entreprise (cf. Toast Capital).

Dans la plupart des cas, l'accès aux clients d'une entreprise SaaS verticale peut nécessiter une relation directe avec l'entreprise. Toutefois, lorsque ces plateformes atteignent une certaine taille, elles créent souvent des plateformes partenaires ou des boutiques d'applications par l'intermédiaire desquelles elles peuvent distribuer des services tiers. Bien que l'accès aux données puisse être plus restrictif qu'une relation directe, il peut s'agir d'endroits précieux pour commencer à intégrer les services financiers.

LES AVANTAGES SALARIAUX

En Europe, une tendance émergente est la Finance Embarquée distribuée via les plateformes d'avantages sociaux. En France, la société HappyPal, financée par Anthemis, en est un exemple. A destination des CSE (Comité Social et Economique), la startup offre également une gamme d'avantages et de bénéfices aux employés, leur donnant un budget pour acheter auprès de partenaires.

L'une des réussites en matière d'avantages sociaux pour la distribution de services financiers est la société britannique YuLife, financée par Anthemis. YuLife a commencé comme compagnie d'assurance-vie collective avec une application complémentaire qui encourageait l'activité physique et la pleine conscience grâce à une interface ludique. En marchant et en méditant, les employés accumulent des points qui peuvent être échangés contre une série d'avantages. Au fil du temps, en faisant participer le consommateur à des défis de marche, l'entreprise a gagné la confiance nécessaire pour vendre des produits d'assurance supplémentaires, comme une couverture dentaire. Ce processus est le point de départ pour la distribution d'autres services à forte valeur, auprès d'une plateforme bénéficiant d'un engagement élevé de sa base de clientèle.

Ces trois domaines, le e-commerce, les SaaS verticaux et les avantages aux salariés, ne sont que quelques-uns des domaines où les services financiers pourraient être intégrés à l'avenir. Chaque segment dispose de ses propres produits dédiés à intégrer, et de sa propre base de clients uniques. Ces intégrations permettent de répondre aux besoins des clients au moment où ils l'exigent.

LES ILLUSTRATIONS DE LA FINANCE EMBARQUÉE PAR SOCIÉTÉ GÉNÉRALE



**Les solutions de Bank-as-a-Service,
la colonne vertébrale de
la Finance Embarquée**



**E-commerce, un parcours de paiement
fluide et des solutions de financement
dans le parcours d'achat**

LES SOLUTIONS DE BANK-AS-A-SERVICE, LA COLONNE VERTÉBRALE DE LA FINANCE EMBARQUÉE



André GARDELLA,
Président,
Treezor

Colonne vertébrale de la Finance Embarquée, les solutions de Bank-as-a-Service permettent à tout type d'entreprises, au premier rang desquels les corporates, d'offrir des services financiers à leurs clients.

Le BaaS repose sur un modèle de partenariat dans lequel un acteur régulé fournit des services financiers tels que la gestion de comptes, le traitement de paiements et l'émission de cartes à des entreprises tierces, qui les offrent ensuite à leurs clients sous leur propre marque. Cette approche permet aux entreprises d'offrir des services financiers à forte valeur ajoutée sans avoir à investir dans des infrastructures coûteuses ou à se munir d'une licence réglementaire.

D'après McKinsey⁽¹⁾, le marché total adressable du BaaS en Europe devrait continuer de croître significativement dans les cinq à dix prochaines années. Il pourrait atteindre une valeur comprise entre 90 et 105 Mds \$ à horizon 2030. Cette croissance du marché du BaaS est portée à 20% par la poursuite de la montée en puissance des fintechs, positionnement historique du BaaS. Mais le potentiel de croissance future réside à hauteur de 80% sur le développement rapide de la Finance Embarquée, hors du secteur financier.



La Finance embarquée : 5 raisons de s'en emparer

Le Livre Blanc publié en mars 2023 par Treezor, vise à définir les grandes tendances autour de la finance embarquée, qui permet aujourd'hui aux entreprises d'intégrer rapidement la fonction paiement à leur chaîne de valeur.



FONDÉE EN 2016 ET ACQUISE EN 2019 PAR LE GROUPE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE, TREEZOR EST LE LEADER EUROPÉEN DU BANKING-AS-A-SERVICE (BAAS) avec une présence en France, Allemagne, Benelux, Italie et Péninsule Ibérique.

Treezor est une Fintech régulée dans 25 pays en tant qu'établissement de paiement et de monnaie électronique. La scale-up est également membre principal des réseaux internationaux de cartes. Sa solution packagée de finance embarquée ("Embedded Finance") permet aux entreprises d'intégrer le paiement en marque blanche au sein de leur offre, sans aucune contrainte, en externalisant tout le volet technique en API (de l'acquisition jusqu'à l'émission), réglementaire (KYC, LCB-FT...) et sécurité auprès d'une équipe internationale d'experts.

POUR EN SAVOIR PLUS SUR TREEZOR :

Votre One-Stop Shop pour la finance embarquée

treezor.com



(1) McKinsey, Banking-as-a-service, the €100 billion opportunity in Europe, September 2022

E-COMMERCE, UN PARCOURS DE PAIEMENT FLUIDE ET DES SOLUTIONS DE FINANCEMENT



Laura BERTHOUT,
Directrice des paiements,
Réseau SG en France,
Société Générale



Éric DELARUE,
Directeur Retail
Merchant Services,
Société Générale

Pour améliorer leur taux de conversion, il est crucial pour les e-commerçants d'offrir à leurs clients un parcours de paiement fluide et d'intégrer des solutions de financement dans le parcours d'achat. Afin de les accompagner dans leur développement en Europe, Société Générale propose une large gamme de services de paiement et de financement. Le Groupe collabore avec des Fintechs et s'appuie sur la finance embarquée pour enrichir son offre de solutions innovantes.

Ainsi, Société Générale a finalisé cet été l'acquisition d'une participation majoritaire dans PayXpert. Spécialisée dans les paiements, cette Fintech offre des services parmi les plus complets et innovants du marché : omni-canalité, terminaux de paiement Android, paiements alternatifs, multi-devise, couverture internationale.

En parallèle, le Groupe lance la plateforme Scalexpert pour mettre à disposition des marchands français qui souhaitent se développer en Europe une gamme de services financiers modulaires. Cette plateforme intègre aujourd'hui trois premières briques : crédit à la consommation, paiement fractionné et extension de garantie. Elle permet aux commerçants BtoC d'intégrer et de gérer plus facilement leurs solutions financières, via des API unifiées et des plug-In CMS. Elle s'enrichira progressivement de services additionnels.

La fintech spécialisée
dans les paiements

EN SAVOIR PLUS :
payexpert.com



La plateforme de
services financiers
modulaires

EN SAVOIR PLUS :
[scalexpert.
societegenerale.com](https://scalexpert.societegenerale.com)



L'OBSERVATOIRE DES TENDANCES
PROCHAINE ÉDITION EN NOVEMBRE :
ÉCONOMIE DE FONCTIONNALITÉ

RETROUVEZ-NOUS EN LIGNE



Société Générale, S.A. au capital de 1 025 947 048,75 EUR - R.C.S. Paris 552 120 222 - Siège social : 29 bd Haussmann, 75009 Paris.
Intermédiaire en assurance dûment enregistré à l'ORIAS sous le n°07 022 493 (www.orias.fr) - N° TVA : FR 27 552 120 222.
N° ADEME : FR231725_031VZM