

XPOLLENS : un acteur de la transformation digitale de l'économie

Le Banking-as-a-Service, en très forte croissance actuellement, ouvre des perspectives nouvelles en termes de paiement et d'expérience client. **Jean Guillaume, fondateur et CEO de Xpollens**, une plateforme française de Banking-as-a-Service, nous présente ce secteur et revient plus particulièrement sur le positionnement de sa Fintech. Rencontre.



Jean Guillaume

Xpollens est une plateforme de Banking-as-a-Service. De quoi s'agit-il ?

JG : Relativement récentes mais en forte croissance, les plateformes de Banking-as-a-Service (BaaS) permettent à des entreprises sans licence bancaire d'intégrer des fonctionnalités financières par API directement dans leurs processus, workflows ou offres. C'est ce qu'on appelle aussi la finance embarquée (embedded finance).

Concrètement, Xpollens dispose d'une licence pour exercer la profession bancaire et d'un agrément de paiement et de monnaie électronique. Cela nous permet de proposer à nos clients des services financiers de base comme des comptes avec des IBAN, la création d'uti-

lisateur bancaires avec la gestion du KYC et des obligations bancaires connexes en matière de lutte contre le blanchiment d'argent... À partir de là, nos clients vont être en mesure d'accepter tous les moyens de paiement entrant (virement, prélèvement, carte) et d'émettre n'importe quel type de paiement sortant (cartes physiques ou virtuelles consumer et business, virements instantanés, prélèvements...). Nous mettons à leur disposition une véritable « boîte à outils » bancaire composée de modules que les entreprises peuvent utiliser en fonction de leurs besoins. Grâce à notre API qui offre de larges possibilités en termes d'intégration, nos clients peuvent gérer leurs règles métiers de manière totalement sur-mesure, en capitalisant sur ces différentes briques.

Concrètement, qu'est-ce que le Banking-as-a-Service permet de faire ?

Avec notre plateforme, nous gérons principalement deux grands cas d'usages.

Premièrement, nous donnons à des entreprises qui n'ont pas d'agrément bancaire, et qui ne sont donc pas des établissements financiers, la possibilité de proposer à leurs clients finaux des services financiers. Par exemple, nous travaillons avec une entreprise qui veut augmenter la valeur de son programme de fidélité en transformant les points de fidélité en euros consommables par carte virtuelle chez des partenaires. Notre solution permet d'intégrer finement et de manière totalement fluide

et transparente cette carte virtuelle à l'application mobile. Au-delà, cette expérience de paiement intégré est totalement invisible pour le client final qui à aucun moment n'a l'impression d'avoir été en contact avec un tiers autre que sa marque de prédilection.

Nous accompagnons aussi des Néo-banques, des Fintechs et des enseignes qui veulent lancer leurs services financiers ou offres de paiement en restant concentrés sur leur cœur de métier. Dans ce cadre, nous gérons toute la complexité bancaire ce qui, in fine, leur permet de proposer une véritable valeur ajoutée à leur clientèle et une expérience client optimale sans couture.

La seconde famille de cas d'usages que nous servons est celle des corporates qui vont utiliser nos services financiers pour leur besoin propre et notamment pour robotiser, orchestrer et automatiser leurs flux financiers. Au-delà de la paie et du paiement des fournisseurs, de nombreuses entreprises gèrent au quotidien des flux entrants et sortants et ont besoin de pouvoir suivre ces flux et de les gérer en temps réel. C'est notamment le cas des assurances qui, mensuellement, collectent des souscriptions et reversent des dédommagements à leurs assurés ou à leurs partenaires suite à un sinistre. Les acteurs du pari en ligne ont aussi besoin de solutions et de services financiers pour assurer la traçabilité de la restitution des gains avec du paiement instantané. Ces problématiques concernent aussi les franchisés,

le secteur des télépéages, de la gestion de biens ou encore du transport de fonds... L'idée n'est pas de venir se substituer aux banques, mais d'ajouter à côté de la banque des services financiers paramétrables en fonction du métier et qui vont permettre, avec un haut niveau de traçabilité, d'envoyer et de recevoir de l'argent à grande échelle et en temps réel. Dans ce cadre, la fonctionnalité la plus plébiscitée est l'IBAN virtuel : à partir d'un compte, il est ainsi possible d'émettre en temps réel une infinité d'IBAN virtuels qui vont correspondre à une transaction en particulier. Le recours aux IBAN virtuels permet de ce fait une réconciliation comptable et une traçabilité technique native qui facilite la vie des directions financières.

Dans ce cadre, comment se positionne Xpollens ?

Xpollens est un acteur de la transformation digitale de l'économie. Notre ambition est de révolutionner la banque en Europe, plus précisément la façon dont les entreprises utilisent, je dirais même "consomment" leur banque. Nous accompagnons essentiellement des entreprises qui ont un projet stratégique de modernisation ou de transformation de leurs processus internes ou de leur expérience client, ou encore qui souhaitent lancer un nouveau modèle d'affaires.

Nous avons donc fait le choix de développer une solution SaaS sous la forme d'une API très granulaire et modulaire, une « boîte à outils » qui va permettre à nos clients de personnaliser et paramétrer selon leurs besoins et métiers les services qu'ils vont déployer ou mettre à disposition de leurs clients finaux ou de leurs propres équipes.

Nous intervenons ainsi très en amont. Très souvent, les entreprises viennent vous voir avec une idée, un projet, une problématique métier ou encore un objectif business que nous transformons en projet de paiement à forte valeur ajoutée. Dans notre offre, nous combinons la dimension technologique au travers de notre API très sophistiquée à une dimension conseil avec un accompagnement sur mesure.

Aujourd'hui, au sein de Xpollens, nous avons la conviction forte que la croissance du marché du BaaS sera portée par les corporates et leurs projets de transformation. Nous nous différencions en cela de la première génération

d'acteurs européens du BaaS, qui ont travaillé exclusivement pour des fintechs, même si nous les accueillons aussi avec plaisir. Nos solutions sont les plus adaptées aux besoins des acteurs qui ont des projets à fort volume et à fort besoin de contextualisation ou de modularité.

Aujourd'hui, Xpollens emploie près de 150 personnes et enregistre une croissance proche de 350 % de revenus récurrents. Nous avons déjà plus d'une vingtaine de clients que nous conseillons et accompagnons dans le cadre de leurs projets.

Quel est le niveau de maturité des entreprises en matière de BaaS ?

Le marché du Banking-as-a-Service est encore émergent. De nombreux secteurs d'activité n'ont pas encore pleinement pris conscience des gains ou des bénéfices de cette solution. Nous avons un important travail de sensibilisation et d'évangélisation du marché à réaliser. Dans cette démarche, nous ne sommes pas seuls. Nous avançons sur ces questions avec l'ensemble des cabinets de conseil et des spécialistes des paiements, car ce sont des acteurs qui sont en contact avec des prospects potentiels qui ont des projets de transformation ou de modernisation à lancer.

Je pense qu'il faudra encore raisonnablement 4 à 5 ans avant que le Banking-as-a-Service devienne un réflexe. L'enjeu pour un acteur comme Xpollens est de renforcer son positionnement dès présent pour se différencier et être reconnu comme un acteur incontournable quand le marché parviendra à maturité.

Quels sont les défis et l'avenir des paiements ? Et en votre qualité de Paytech, comment contribuez-vous au nouveau paysage des paiements ?

Nous nous inscrivons dans la continuité d'une tendance qui remonte au début des années 2010 : proposer une expérience de paiement de plus en plus invisible et sans friction aussi bien du côté de l'entreprise, de l'enseigne, du commerçant, que du côté du consommateur final. Pour ce faire, nous mettons à disposition de nos clients notre agrément bancaire, ainsi que toutes les nouvelles technologies de paiement afin de concrétiser leurs projets. En ce sens, nous sommes en quelque sorte un acteur de l'Open Banking, non pas dans le sens de la

DSP2, mais plutôt dans le sens où nous offrons des possibilités nouvelles aux entreprises qui vont venir compléter les services bancaires qu'elles consomment traditionnellement. Nous nous rapprochons aussi de l'Open Banking parce que nous contribuons à démystifier et rendre beaucoup plus accessibles les services financiers et de paiement. Enfin, comme les acteurs de l'open banking au sens strict - agrégateurs et initiateurs -, le BaaS est un moyen de consommer des services financiers en dehors du contexte de sa banque principale.

Et sur ce marché, comment vous projetez-vous ? Quelles sont vos perspectives ?

Aujourd'hui, nous sommes en phase de scale-up. Notre enjeu est donc de poursuivre notre croissance commerciale et d'optimiser notre modèle opérationnel (exploitation bancaire, gestion des risques, automatisation des process...). En parallèle, nous ambitionnons aussi de nous développer en dehors de l'Hexagone. Nous avons déjà quelques clients hors de France et nous nous intéressons à plusieurs marchés voisins. C'est une démarche à bien préparer compte tenu des spécificités locales qui existent au sein de l'Union européenne sur le plan technologique, réglementaire et en matière d'habitudes de consommation.

Nous cherchons aussi à diversifier notre offre de services financiers. Aujourd'hui, nous assistons à l'émergence de formes de crédit qui se rapprochent du monde du paiement : le prêt de trésorerie aux entreprises lié à l'encaissement de leurs paiements, le BNPL (Buy Now Pay Later), le débit différé, le petit crédit de consommation aux particuliers... Il s'agit de services qui sont très liés à l'expérience d'achat et de paiement. Ce sont aussi des services qui peuvent être très largement automatisés dès lors qu'il y a une capacité à faire du scoring en temps réel. Ce marché qui se requalifie actuellement se rapproche ainsi de plus en plus du marché du paiement aussi bien sur le plan technologique qu'en termes de distribution. Notre enjeu est ainsi d'étudier les pistes business les plus pertinentes afin d'étendre notre catalogue d'offres. En mettant en œuvre ces différents axes de développement nous deviendrons un leader européen du secteur du Banking-as-a-Service. ×