

YOU TRANSACTOR

Une nouvelle expérience d'achat grâce à des solutions innovantes

32 rue Brancion 75015 Paris - 01 75 43 75 20
<https://www.youtransactor.com/>

Avec une croissance de 40% en 2019, 30 millions d'euros de chiffre d'affaires et quelque 750 clients répartis dans 22 pays, YouTransactor s'impose aujourd'hui comme le leader mondial des solutions de paiement en ligne. Rencontre avec Jean-Pierre Gressin, directeur commercial et marketing de YouTransactor.

Dans quel contexte a été fondé YouTransactor ?

YouTransactor est une entreprise française, créée en 2009 par trois associés, Gérard Compain, PDG pendant 10 ans d'Ingenico, Grégory Mardinian, actuel directeur technique et Philippe Sérié, aujourd'hui directeur financier. La vocation première de l'entreprise était de créer des terminaux de paiement pour la mobilité dans le secteur des transports et de la livraison à destination de clients tels que Thiriet. Nous avons initialement une forte spécialisation dans les transports puisque nos terminaux sont par exemple utilisés à Londres, par Transport for London avec le premier système d'Open Payment.



Ce système innovant a inspiré plusieurs villes ; nous avons ainsi déployé des terminaux à Dijon et dans diverses villes européennes. Nous avons commencé à travailler avec de gros intégrateurs de paiement, la DART aux États-Unis, le Thalys etc. En 2013, nous avons accompagné un leader européen du paiement, alors jeune start up, pour créer son terminal. Rappelons qu'à l'époque les terminaux de paiement étaient des modèles de location distribués aux commerçants seulement par les banques. Le terminal créé était blanc, petit, économique et facilement identifiable. Il est aujourd'hui mondialement connu. Nous fabriquons actuellement 100 000 terminaux de paiement par mois au Brésil.

A qui se destinent vos produits ?

Notre activité nous a mené des terminaux de paiement pour les transports aux terminaux de paiement pour les petits et moyens commerçants.



Nous sommes sur un segment de marché concurrentiel, en très forte croissance dans le monde. D'ici 2023, le marché des terminaux de paiement va croître de 40%. L'expérience de paiement que souhaite avoir le commerçant est en train de changer. Les petits terminaux sont esthétiques, moins chers et très convoités par les commerçants devenus plus exigeants. Alors que nous nous destinons au départ à une clientèle de niche nous sommes progressivement devenus attractifs pour le retail. Nous avons introduit la mobilité en magasin pour l'encaissement ce qui permet d'éviter le phénomène de file d'attente, chaque vendeur devenant un point d'encaissement. Le commerçant gagne ainsi en fluidité. De plus, acheter son terminal en une fois en échappant au système de location est financièrement très intéressant. Nous accompagnons aussi de très grands acteurs du paiement en ligne souhaitant proposer une offre de service omni canal peu chère et innovante à leurs commerçants qui ouvrent des magasins physiques.

Quels sont vos atouts ? Vos dernières innovations ?

Nous lançons le plus petit terminal de paiement au monde, également décliné en marque blanche, autrement dit, le client choisit son design lui-même, comme nous l'avons fait avec des clients européens. Au mois d'août, nous avons lancé avec STMicroelectronics le premier microcontrôleur bas coût pour faire du paiement et de la sécurité. Nous avons implémenté tous les mécanismes de sécurité PCI sous forme logiciel ce qui a permis de baisser les coûts de la solution. Nous aidons les clients à créer leur expérience de paiement, soit en intégrant mécaniquement le paiement à leur système de caisse, soit en proposant des appareils dont l'ergonomie et l'esthétique s'intègrent à toutes les formes de paiement. Une de nos forces réside donc dans le fait de pouvoir proposer du sur-mesure à nos clients. Nous offrons ainsi la possibilité aux commerçants de se différencier par l'esthétique : le commerçant est en capacité de véhiculer sa marque grâce au seul élément visible, l'interface entre la carte/le téléphone et le commerçant. L'esthétique est devenu un facteur fondamental, un argument marketing de poids. Les commerçants souhaitent également une totale liberté sur leurs applications métier, le reçu dématérialisé, et l'acceptation de nouvelles formes de paiement comme le QR Code, ce que nous sommes en mesure de leur offrir.

Quelles sont vos perspectives de développement ?

Nous sommes passés en peu de temps de l'anonymat à la notoriété avec 2 millions de terminaux déployés à ce jour. En septembre, STMicroelectronics nous a remis un prix de l'innovation. Cette notoriété grandissante nous apporte de nouveaux débouchés commerciaux dans le paiement et l'IoT. Notre challenge est de nouer des partenariats avec de grands acteurs qui auront besoin de créer des produits à leur image. Nous avons réussi le pari de l'internationalisation. 80% de notre chiffre d'affaires se fait à l'étranger. Nous sommes parvenus à nous imposer comme un acteur industriel, capable de travailler sur des gros volumes tout en s'adaptant aux spécificités des pays. Nous sommes en train de dupliquer le succès que nous rencontrons au Brésil à d'autres pays, nous nous développons en ce moment en Inde où nos terminaux sont déjà commercialisés. Nous dupliquons aussi nos sites de productions sur certains pays afin de devenir plus concurrentiels et aider l'écosystème local.

