

PIXPAY, LEADER FRANÇAIS DU *TEEN BANKING*, SE LANCE EN ESPAGNE

Deux ans après son lancement en France, [Pixpay](#), qui propose une carte de paiement co-pilotée par les parents aux ados dès 10 ans, choisit l'Espagne pour déployer pour la première fois son service hors de ses frontières. Pixpay devient ainsi le premier acteur de *teen banking* à être présent dans deux pays européens. Cette ouverture marque le début de la stratégie de développement international de la start-up qui a dépassé les 100 000 utilisateurs payants cet été. D'ores et déjà positionnée comme le chef de file du secteur dans l'Hexagone, Pixpay ambitionne de devenir le leader européen du *teen banking* dans les prochaines années.

UN ACTEUR PRÉCURSEUR DEVENU LEADER EN FRANCE

Depuis son lancement en 2019, la fintech Pixpay, fondée par trois parents, a adopté une dynamique de croissance ambitieuse. Après deux tours de table, les capitaux levés par la start-up auprès de Global Founders Capital (GFC) et de Bpifrance atteignent les 11 millions d'euros. Pixpay est ainsi la start-up de *teen banking* la mieux financée, ce qui lui permet d'asseoir son leadership en France et de financer son expansion européenne.

Dans un contexte très porteur - le volume de requêtes Google a été multiplié par 8 en 2 ans* - Pixpay a connu un décollage immédiat et une spectaculaire croissance en franchissant en seulement 18 mois au cours de l'été 2021 le cap des 100 000 membres payants, ce qui fait aujourd'hui de Pixpay la première solution cashless pour les moins de 18 ans en France.

Aujourd'hui leader en France, Pixpay entend dupliquer le succès de son modèle à l'étranger. *“Après avoir réussi à imposer notre modèle unique en France, nous disposons à présent de toutes les clés pour élargir notre horizon et dupliquer rapidement notre service à d'autres pays d'Europe.”*, affirme Benoit Grassin, cofondateur et CEO de Pixpay.

UN PREMIER PAS EN EUROPE AVEC UNE OUVERTURE EN ESPAGNE

C'est en Espagne que Pixpay pose ses valises pour son premier pied à l'international, et ce choix ne doit rien au hasard. L'Espagne compte aujourd'hui plus de 4,2 millions d'adolescents et le taux d'équipement en carte de paiement sur cette cible est très faible. Aucune offre de *teen banking* alternative n'est actuellement présente sur le territoire pour challenger les acteurs historiques. Or, l'Espagne présente un dynamisme réel en ce qui concerne la digitalisation des paiements. D'après une étude Mastercard**, 67% des achats en Espagne ont été effectués avec une carte ces derniers mois, dépassant pour la première fois le paiement en espèces.

La start-up a ainsi lancé avec succès en septembre 2021 une phase de préinscription en Espagne. Elle a obtenu des résultats très prometteurs en séduisant plus de 20 000 familles qui se sont préinscrites afin de pouvoir bénéficier de Pixpay en avant-première. Pixpay officialise en novembre son déploiement, le service étant désormais accessible à tous pour un montant de 2,99€ / mois / carte.

UN SERVICE À VOCATION PANEUROPEENNE

Pour Pixpay, l'ambition européenne s'impose comme une évidence : *“Tous les pays européens basculent progressivement dans un monde « cashless » et dans ce contexte, la nécessité de disposer d'une solution adaptée pour donner aux ados de l'autonomie en toute sécurité s'impose à tous les parents en Europe.”*, précise Benoit Grassin.

Pixpay capitalise ainsi sur une convergence des usages au niveau européen. Du point de vue des adolescents d'abord : les modes de consommation des ados sont proches d'un pays à l'autre, avec des marques digitales mondiales extrêmement puissantes et de grandes verticales de consommation similaires (la food, le gaming notamment). Convergence du point de vue des parents également : besoin et envie d'éduquer son adolescent à la valeur de l'argent ; envie de donner de l'autonomie mais de garantir la sécurité de son ado ; essor d'une société *cashless* dans laquelle les parents ont de moins en moins d'espèces dans leurs poches...

Le cadre réglementaire commun à toute l'Union Européenne - via le passeport européen - est par ailleurs un facilitateur certain au déploiement de Pixpay en Europe. Pixpay continue à ce titre sa collaboration avec Trezor, le leader européen du Banking as a Service, déjà partenaire de Pixpay en France, côté technique comme règlementaire. Régulé depuis 2016 et racheté en 2019 par le groupe Société Générale, Trezor est un partenaire expérimenté qui permettra d'effectuer un déploiement rapide et agile en Espagne, sans compromis sur la sécurité et la conformité.

Ce pied en Espagne n'est que le début de la conquête européenne de Pixpay, l'ambition étant d'être présent dans 8 géographies et de devenir leader européen, à l'image des néobanques plus généralistes comme Revolut ou N26 qui sont désormais des acteurs paneuropéens reconnus.

* Source : Google Adwords sur l'évolution du volume de requêtes sur Cartes de paiement pour mineur, Carte bancaire mineur, Carte mineur, Carte pour mineur .

** Source Dir&Ge :

<https://directivosygerentes.es/ecommerce/noticias-ecommerce/tendencias-metodos-de-pago-2021-mas-seguridad-menos-dinero-efectivo-biometria>, décembre 2020

A PROPOS DE PIXPAY

Pixpay, start-up fondée par Benoit Grassin, Nicolas Klein et Caroline Ménager en janvier 2019, est la première marque à proposer enfin une alternative aux banques pour les 10-18 ans. Son ambition : révolutionner les solutions de paiement des adolescents en leur donnant les ressources pour bien grandir. Pixpay propose ainsi aux jeunes une carte de paiement MasterCard et une app mobile leur permettant de payer, d'être payés, d'épargner ou encore de bénéficier de remises sur leurs marques préférées. C'est aussi une application mobile pour les parents, leur offrant une solution sécurisante, pédagogique et pratique pour suivre et accompagner leurs enfants au quotidien. <https://www.pixpay.fr/>

Contacts presse :

Etienne RICHET – etienne@edifice-communication.com – 07 85 89 64 57

Laetitia GUITTARD – laetitia@edifice-communication.com – 06 76 13 71 55