

PIXPAY LEVE 3,1 M€ POUR REVOLUTIONNER LES SOLUTIONS DE PAIEMENT DES ADOLESCENTS

Seulement 4 mois après sa création et avant même d'avoir lancé son service, la start-up PIXPAY annonce avoir finalisé une levée de 3,1 millions d'euros auprès du fonds Global Founders Capital et d'un pool d'investisseurs privés de renom. Forte de ce premier tour de table ambitieux, PIXPAY entend réinventer la manière dont les adolescents gèrent leur budget et font leurs achats dans une économie où le cash tend à disparaître. La start-up veut simplifier le quotidien des familles en mettant à leur disposition des outils mobiles, simples et instantanés, pensés spécifiquement pour leurs usages. Son ambition : construire en Europe une marque bancaire de référence pour les 10-18 ans.

DE L'ARGENT LIQUIDE POUR NOS ADOS : UNE SOLUTION OBSOLETE !

9 adolescents sur 10 ne disposent pas aujourd'hui de moyens de paiement en phase avec leurs attentes. Pourquoi ? Parce que, si les banques traditionnelles proposent des offres pour les mineurs, celles-ci sont pauvres, se limitant souvent à une carte de retrait ou dans le meilleur des cas de paiement, avec très peu d'autres fonctionnalités associées (contrôle parental faible, applications mobiles complexes...). Dans ce cadre, les offres pour mineur ne sont ni attractives pour les adolescents ni sécurisantes pour les parents.

Les familles utilisent donc encore massivement l'argent liquide pour donner de l'argent à leurs enfants (argent de poche régulier ou ponctuel, cadeaux, petits boulots...). Or, cette pratique n'est aujourd'hui plus adaptée à des adolescents qui veulent consommer en ligne et dont les usages sont de plus en plus digitaux. Parallèlement, pour les parents, l'argent liquide présente des risques évidents (perte, vol, racket...) et embarrasse leurs poches, eux qui ont déjà basculé dans une économie cashless.

C'est en partant de ce double constat que trois parents – Benoit Grassin et Nicolas Klein (co-fondateurs et ex - COO et CTO de la start-up MonDocteur, revendue à Doctolib en juillet 2018) et Caroline Ménager, ex-directrice marketing des cinémas Pathé Gaumont – ont créé PIXPAY. Leur mission : réveiller un secteur totalement endormi et délaissé par les banques traditionnelles en digitalisant l'argent des adolescents et en faisant disparaître l'argent liquide, totalement inadapté aux besoins des familles.

Avec 30 millions d'adolescents en Europe, aujourd'hui très faiblement équipés, le marché est encore à évangéliser et le potentiel d'équipement énorme.

DES OUTILS DE PAIEMENT INNOVANTS POUR LES ADOLESCENTS

Afin de répondre aux nouveaux besoins de consommation des adolescents, PIXPAY propose une carte de paiement personnalisable (design customisé, choix du PIN), permettant de régler ses achats en ligne et ce, partout dans le monde. Mettant à disposition des adolescents ce qui se fait de mieux sur le marché, la carte PIXPAY intègre les dernières technologies de paiement à l'image du sans contact, d'Apple Pay ou de Google Pay.

Couplée à cette carte de paiement, PIXPAY développe une application smartphone qui offrira aux jeunes des services en temps réel pour gérer leur argent au quotidien. Elle intègrera notamment des solutions innovantes pour être payé, se faire rembourser, épargner facilement... Des services essentiels qui ne sont encore réservés qu'aux adultes !

En outre, PIXPAY donnera accès à un programme affinitaire, permettant aux adolescents de bénéficier d'offres exclusives auprès des grandes marques iconiques qu'ils aiment.

UNE SOLUTION SECURISANTE, PEDAGOGIQUE ET PRATIQUE POUR LES PARENTS

Moderne, innovante et en phase avec les usages des adolescents pour gérer leur argent au quotidien, PIXPAY est également une réponse aux attentes des parents en termes de sécurité, de contrôle, de praticité ou encore d'éducation financière.

Avec PIXPAY, les parents peuvent, via leur app, suivre en temps réel le compte de leur enfant, personnaliser le niveau de contrôle (plafonds, limites, canaux interdits...) et gérer en toute simplicité la distribution d'argent de poche (versements programmés d'argent de poche, rémunération de petits travaux, dons ou cadeaux plus exceptionnels).

Enfin, PIXPAY se veut résolument du côté des parents pour les aider à éduquer financièrement leurs enfants : tout d'abord en leur permettant de donner du sens à l'argent qu'ils distribuent (versement d'intérêts sur l'argent placé dans un coffre-fort, abondement pour des projets dédiés...), et ensuite en mettant l'adolescent en situation d'apprendre par la pratique, pour qu'il gagne progressivement en autonomie.

UN PREMIER TOUR DE TABLE QUI ILLUSTRE L'AMBITION EUROPENNE DE PIXPAY

Pour accompagner son développement, PIXPAY bénéficie du soutien **du fonds Global Founders Capital** ainsi que d'investisseurs privés reconnus composés notamment d'**Alexandre Prot** (co-fondateur et CEO de Qonto), **Jean-Charles Samuelian** (co-fondateur et CEO d'Alan), **Franck Le Ouay** (co-fondateur de Criteo) ou **Martial Valery** (co-fondateur et CEO de Oh Bibi !).

Cette levée de fonds ambitieuse, rare pour une start-up créée 4 mois plus tôt, va permettre à PIXPAY d'investir significativement sur son produit, de recruter 25 personnes dans les 6 prochains mois et de lancer son offre dès l'automne afin d'asseoir rapidement son positionnement de marque bancaire de référence dans le quotidien des adolescents.

Pour **Hugues de Braucourt, de chez Global Founders Capital** : *« Il est évident qu'une révolution arrive sur ce segment et que le potentiel de marché est colossal. L'enjeu, c'est l'exécution : construire rapidement un produit exceptionnel et une marque forte. Et, clairement, l'équipe PIXPAY nous a impressionné par sa capacité à bouleverser ce marché grâce à une vision claire et ambitieuse et à son track-record entrepreneurial. »*

Benoit Grassin, co-fondateur de PIXPAY, conclut : *« Les banques traditionnelles sous-estiment la valeur du segment des adolescents : elles ont tendance à les considérer soit comme des futurs clients soit comme le fils ou la fille de leurs propres clients. Notre parti-pris, c'est de considérer les adolescents comme des clients à part entière et de penser un service vraiment fait pour eux. »*

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. Pixpay propose ainsi aux jeunes une carte de paiement MasterCard et une app mobile leur permettant de payer, d'être payé, 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 leur enfant au quotidien. | <https://www.pixpay.fr/>

Facebook : [@PixpayApp](#)

Snapchat : [@pixpay](#)

Instagram : [@pixpay_app](#)

LinkedIn : [@pixpay-app](#)

A propos de Global Founders Capital

Global Founders Capital est un fonds de Venture Capital qui offre aux entrepreneurs à travers le monde les moyens de réaliser leurs projets. Les équipes de Global Founders Capital, qui ont participé à la création et au développement de

sociétés générant aujourd’hui plusieurs milliards de chiffre d’affaires et ont connu tous les aléas que connaissent les entrepreneurs, s’investissent pleinement dans leurs participations. Au cours des deux dernières décennies, Global Founders Capital a soutenu plus de 500 entrepreneurs à travers le monde. Facebook, LinkedIn, Revolut, Zalando, Lazada, Traveloka, Trivago, Jumia, Away Travel, HelloFresh, Eventbrite, Funding Circle, Slack, Canva, Delivery Hero sont quelques-uns de ses succès. Global Founders Capital gère plus de 1,2 Md\$ de capitaux et investit depuis 11 bureaux, de l’amorçage au capital développement | <https://www.globalfounders.vc>

Contacts presse

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

Kate WADLOWSKA – kate@edifice-communication.com – 06 14 24 29 87