



BackMarket

**No need
for new**

Témoignage Client

Le paiement comme vecteur de croissance à l'international

Fondé en 2014, Back Market est l'un des leaders mondiaux des marketplaces de produits électroniques reconditionnés par des professionnels. Sa mission: démocratiser l'accès à des produits de haute technologie tout en s'inscrivant dans une démarche éco-responsable.

Fort de ses 730 collaborateurs dans 8 pays, Back Market est aujourd'hui à la tête d'un réseau de 1500 reconditionneurs professionnels au service de plus 5 millions de clients à travers le monde. À ce jour, la start-up parisienne valorisée à 5,1 milliards d'Euros, a annoncé une levée de fonds de 450M d'Euros en janvier 2022 pour financer son développement à l'international, devenant du même coup l'une des licornes françaises et un étendard de la French Tech.

Back Market, une ambition internationale

Pour Thibaud Hug de Larauze, CEO de Back Market, le cap stratégique est on ne peut plus clair: « devenir le leader mondial du reconditionné ». Dans cette optique, la jeune pousse doit poursuivre une politique de croissance internationale ambitieuse. Déjà présente sur de nombreux

marchés européens, Back Market s'est également imposée aux États-Unis, où aucun acteur majeur n'a encore émergé sur le créneau de la seconde main, puis dans la zone APAC en général et plus particulièrement au Japon. Selon ses propres estimations, la société n'adresse actuellement que 2% du marché, faisant de sa croissance à l'international un axe majeur de développement.

Côté tactique, les dirigeants de l'entreprise entendent faire du paiement un véritable levier de croissance en agissant sur quatre grands axes:

- Améliorer l'agilité business et technique pour pénétrer rapidement de nouveaux marchés à l'international
- Répondre aux attentes des consommateurs en termes de facilité de paiements, et aux exigences des vendeurs en matière de reversements
- Étendre la couverture géographique tout en augmentant les capacités de traitement de fortes volumétries de paiements
- Optimiser les coûts liés aux paiements en répondant aux problématiques sur l'acquisition

Back Market doit pour cela lever de nombreux freins à sa croissance internationale en passant par l'optimisation de son infrastructure de paiements.

Maîtriser une marketplace complexe

Le système de paiements au cœur de sa croissance

La gestion internationale des vendeurs est un processus très complexe, dans lequel chaque membre de la marketplace a ses propres exigences sur les moyens et les cadences de reversement. Hors zone euro, la gestion des devises représente à elle seule un vrai défi, sans parler des obligations de conformité à des réglementations régionales et locales contraignantes et changeantes (DSP2, sécurisation des fonds sur un compte séquestre, etc.)

Sur le plan technique, Back Market devait composer avec une solution monolithique interne, rigide et peu évolutive, tout en s'appuyant sur une offre « full service » portée par un prestataire de paiement unique. À chaque ouverture d'un nouveau marché, le système devait être répliqué et adapté aux spécificités commerciales, opérationnelles et réglementaires en vigueur, freinant de fait l'expansion transfrontalière de la marketplace. De même, chaque vendeur était soumis à un nouvel onboarding et vérification de KYC sur chacun des marchés, ce qui engendrait une complexité des flux, potentiellement rédhibitoire pour ces acteurs clés de l'écosystème Back Market.

Baptiste Guégan, Lead Payment Manager chez Back Market, se souvient: « Nous avons donc réfléchi à une solution qui nous permettrait de découpler les éléments de la chaîne de valeur et d'impliquer les acteurs les plus pertinents pour chaque nouveau marché à adresser. Nous voulions nous orienter vers un modèle plus agile qui faciliterait l'optimisation de nos stratégies d'acquisition par pays ou région. Pour ce faire, nous avons construit ce produit en partie avec PayPal, tout en gardant à l'esprit que cela devrait aussi fonctionner avec d'autres PSP pour répondre à nos enjeux de scalabilité. »

Une agilité accrue avec PayPal Payouts

Fort de sa collaboration avec PayPal sur la partie pay-ins, Back Market a opté pour PayPal Payouts, powered by Hyperwallet, une solution de pay-outs permettant de découpler le pay-ins du pay-outs.

La marketplace peut ainsi collaborer avec les PSP et acquéreurs locaux pour le pay-ins, tout en unifiant le reversement des fonds aux vendeurs, dans la devise et à la cadence de leur choix. À l'heure actuelle, PayPal Payouts gère 32 devises et propose de nombreuses possibilités de reversement notamment sur compte bancaire, crédit sur carte, PayPal ou encore Venmo (aux États-Unis).

Pour Baptiste Guégan, cette nouvelle agilité est essentielle au développement de Back Market hors de ses marchés historiques: « Le cœur de notre activité est en Europe. On bénéficie d'un joug économique au sein duquel le commerce est relativement similaire. On est aussi conscient du fait que d'adresser des marchés tels que le Japon ou la Corée du Sud, ou tout autre type de marché à l'international, va amener son lot de complexité. Nous voulons pouvoir faire appel à des acteurs locaux, qui seront en mesure de nous apporter leur connaissance du marché. »



« De par sa position d'intermédiation, une marketplace doit séduire deux acteurs: d'un côté, des consommateurs avec du marketing BtoC que beaucoup d'acteurs e-commerce maîtrisent très bien. Mais aussi une relation BtoB avec ses vendeurs, dans laquelle il faut proposer un service de qualité et arriver à se différencier de la concurrence. »

Renan Aulanier

Head of Enterprise Sales, PayPal

Sur le pay-out aussi, le choix a son importance, comme le souligne Renan Aulancier, Head of Enterprise Sales chez PayPal : « C'est vrai qu'en Europe, on a l'habitude du compte bancaire qui paraît une évidence. Ce n'est pas toujours le cas quand on part à l'international et on peut avoir des moyens de reversement qui sont plus ou moins rapides, qui sont plus ou moins efficaces et qui sont plus ou moins coûteux. Tous ces critères peuvent amener Back Market et/ou ses vendeurs à faire un arbitrage entre ces différents moyens de reversement. »

Un choix triplement gagnant

Les premiers bénéficiaires de cette agilité sont évidemment les consommateurs, qui ont la possibilité de régler avec les moyens de paiement les plus utilisés sur les marchés locaux. Ensuite, les vendeurs profitent désormais d'une solution simple et transparente, avec un seul flux de reversement pour toutes les ventes effectuées sur la marketplace, tous pays compris. Enfin, Back Market s'appuie sur la forte présence de PayPal sur les marchés internationaux pour impulser sa croissance mondiale.

Une conformité réglementaire irréprochable

Pour respecter les réglementations européennes (DSP2) et internationales, tous les fonds entrants sont placés sur un compte de cantonnement centralisé (FBO) géré par PayPal, qui va ensuite orchestrer les reversements aux vendeurs et à la plateforme selon les instructions de Back Market. Renan Aulancier explique: « Sur chacun des acquéreurs locaux, les fonds sont compensés et reversés sur un compte de cantonnement centralisé détenu par PayPal pour le compte des vendeurs de Back Market, le fameux FBO, avant de leur être reversés. »

Avec PayPal Payouts, Back Market offre une expérience fluide et simple pour les consommateurs, quel que soit le moyen de paiement choisi, mais aussi pour les vendeurs, qui font partie de la clé de l'équation. On a donc une très grande flexibilité sur la gestion des pay-outs, tout en prenant en compte les complexités et les spécificités régionales.

Sur ce dernier point, PayPal Payouts représente un véritable facteur différenciant pour Back Market, chaque vendeur bénéficiant désormais d'un seul flux de reversement pour toutes ses ventes mondiales. En déléguant les pay-ins et les pay-outs à PayPal, Back Market peut enfin se concentrer sur son cœur de métier et canaliser ses efforts sur son expansion à l'international.



« Nous voulions transitionner vers un modèle plus agile, plus flexible, qui nous permette d'avoir plusieurs sources de processing et d'acquisition. C'est ce que nous avons construit avec PayPal. »

Baptiste Guégan

Lead Payment Manager, Back Market

