

## Un nouveau marché bancaire : les touristes étrangers



**Hello Bank** (BNP Paribas) a lancé *Hello Days*. A partir d'affiches digitales dans les gares et aéroports, on peut télécharger – « shazamer » - des bons plans pour des destinations en Europe. La solution a été développée en partenariat avec Havas Médias, AdCity, Shazam, MNG & JC Decaux.



La **Bred Banque Populaire** permet aux commerçants français d'accepter les cartes de paiement du réseau asiatique *Union Pay*.



Près de deux millions de Chinois visitent la France chaque année. **Banque Edel** (Groupe Leclerc) propose aux commerces, même non clients, un terminal leur permettant d'accepter le porte-monnaie électronique *Alipay* (2004) d'Alibaba (250 millions d'utilisateurs actifs par mois). Alibaba utilise ainsi les touristes chinois pour s'introduire sur les marchés internationaux, où il a noué des partenariats avec plus de 200 institutions financières et où il a passé un accord avec Ingenico pour que les terminaux de paiement de ce dernier acceptent Alipay. L'enjeu, en retour, est d'amener les Occidentaux sur le e-commerce chinois, dont l'un des premiers acteurs est... Alibaba.

Les **Banques populaires** ont développé une solution de *change dynamique* sur terminal de paiement pour permettre aux commerçants de proposer aux touristes de payer dans leur propre devise.



A ses clients commerçants, **BBVA Tourism APIMarket** propose sous forme d'API un suivi détaillé des dépenses des touristes en Espagne.

