

Lydia mise sur une plateforme de trading pour développer sa « super app »

Propulsé par la crise sanitaire, le trading connaît un engouement sans précédent auprès des particuliers. Lydia se saisit de l'opportunité pour lancer son propre outil à destination des utilisateurs de son application. Un moyen d'étendre sa galaxie de services financiers.

Répondre à l'un des centres d'intérêt grandissants des jeunes utilisateurs. C'est le but de la FinTech Lydia, qui lance ce lundi 22 novembre 2021 un service de trading. Intégré nativement dans sa célèbre application, l'outil vise à « offrir aux 5,5 millions d'utilisateurs un nouveau moyen de faire fructifier leur argent ». Si la scaleup est avant tout connue pour le paiement mobile, elle cherche depuis plusieurs mois à se diversifier à travers de nouvelles solutions. « Après le paiement, nous avons lancé de petits prêts à destination de celles et ceux qui ont besoin d'un dépannage. Nous nous sommes, depuis, penché sur l'autre bout du spectre : que faire de son argent, lorsqu'on en a plus que ses besoins pour le quotidien ? », expose à Maddyness Cyril Chiche, co-fondateur et président de la société. En proposant aussi bien un livret d'épargne que le trading, Lydia ratisse large afin d'offrir différents niveaux de risque à l'utilisateur. Ce qui s'inscrit dans sa stratégie consistant à devenir une « super app » - proposant une galaxie d'outils financiers.

Un service accessible en continu

Si Lydia affirme « *ne pas vouloir pousser* » ses utilisateurs vers le trading, elle juge qu'il est de sa mission de « *lever les obstacles paraissant insurmontables* » en matière de services financiers. « *Avant nous, l'IBAN était toujours requis pour réaliser des virements bancaires. Avant nos prêts, aucune solution ne mettait des fonds à disposition immédiatement. Pour ce qui est du trading, nous voulons réitérer en permettant au plus grand nombre d'y avoir accès* » , pointe Cyril Chiche. Le dirigeant, qui rappelle que Lydia ne donne pas de conseils à ces utilisateurs pour gérer leur argent, estime cela dit être « *clair sur les risques associés* » en affichant des bannières qui avertissent les utilisateurs qu'ils peuvent perdre de l'argent. Mais le service, ergonomique, est bien présenté de façon à être utilisable par des novices.

À lire aussi

[Les outils pour bien gérer votre argent même si vous n'en avez pas beaucoup](#)

Dans un nouvel onglet de l'application Lydia, il est sera dorénavant possible pour n'importe quel utilisateur de passer un ordre d'achat d'actions 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24. Même en dehors des horaires de la Bourse. « *Je peux acheter du L'Oréal ou du Microsoft un dimanche, à 20h*, illustre Cyril Chiche, qui précise que les membres peuvent acheter une action en tout ou partie. *Il est possible d'acheter une fraction de l'action à prix fixe et immédiatement, grâce à un market maker [animateur de marché, N.D.L.R.]. Et ce, sans jouer avec le cadre réglementaire du marché.* » Dans les faits, l'utilisateur paiera 10 euros pour une portion donnée d'une action qui vaut 9,95 euros sur le marché : le coût total de l'achat, incluant le risque pris par le market maker, représente ainsi 0,5 % du prix. « *Une somme négligeable, qui nous place mieux que nos concurrents* » , se félicite le dirigeant.

200 000 utilisateurs d'ici à la fin 2022

Des concurrents, il y en a une poignée. Le plus célèbre d'entre eux est israélienne : eToro. Mais Lydia estime que l'intérêt de la jeune génération est si fort qu'il y a de la place pour de nombreux acteurs : « *C'est un phénomène sociétal à l'échelle mondiale. Un million de Français investissaient déjà en*

Bourse, avant le Covid. Ils sont désormais plus de 1,4 million. Soit une hausse de 40 % en un an et demi. » Autre fait connexe : 49 % des « millenials » détiendraient des crypto-monnaies selon la FinTech, qui fait part de sa volonté d'être « très large sur les actifs » - Lydia Trading permet d'acheter des actions et des crypto-monnaies, bien que ces dernières coûtent plus cher du fait d'une forte volatilité de leur valeur. « Nous répondons à cette évolution de la société, en permettant aux particuliers de diversifier simplement leur tunnel d'investissement grâce à une bonne expérience utilisateur », indique Cyril Chiche, précisant qu'« un tiers des Français de 18 à 35 ans ont Lydia », soit environ 4,5 millions d'utilisateurs.

À lire aussi

La crise a-t-elle changé la relation des Français au risque ?

La plateforme de trading permet de choisir l'entreprise dans laquelle on veut investir ou de privilégier des paniers d'actions pré-conçus, « si on ne cherche pas à tout comprendre ligne par ligne ». On peut ainsi retenir une thématique, à l'image de « pays émergents », « métaux précieux » ou encore « tech ». Le dirigeant de Lydia, qui se dit convaincu qu'il ne s'agit pas là d'une « mode éphémère », entend faire de ce nouveau service un axe de développement stratégique. « Il s'agit de permettre aux utilisateurs de prendre leur argent en main, plutôt que de le confier à leur banquier », avance Cyril Chiche, qui pense se différencier de la concurrence du fait d'un « processus clair et nettement plus fluide qu'ailleurs » via une intégration à l'application principale - sur laquelle l'identité des membres est, dans la plupart des cas, déjà vérifiée. L'objectif, ambitieux, est déjà fixé : au minimum 200 000 utilisateurs pour le service de trading, d'ici à la fin de l'année 2022.

Article écrit par ARTHUR LE DENN