

Comment Mooncard veut en finir avec les notes de frais (et Excel)

Depuis 2016, Mooncard s'est donné pour mission de faciliter la vie des entreprises avec sa solution de paiement et de gestion des notes de frais, qui a déjà séduit plus de 600 clients. Retour sur l'histoire de la jeune FinTech avec Tristan Leteurtre, cofondateur de Mooncard.

Temps de lecture : minute

25 octobre 2018

Alors que les solutions technologiques à destination des professionnels (RH, facturation, prospection commerciale) se multiplient, le monde du paiement en entreprise semble avoir un train de retard. En France, tous les mois, des millions de salariés passent encore leur temps à remplir des tableurs à la main, à agraffer des tickets... surtout dans les PME et ETI, où des dépenses et notes de frais sont bien souvent traitées à la main.

Un constat qu'a lui-même fait Tristan Leteurtre alors qu'il dirigeait Anevia, un éditeur télécoms de solutions de streaming vidéo. Avec une dizaine de bureaux à l'étranger, les déplacements à répétition (et les multiples notes de frais qui vont avec) étaient le lot quotidien de Tristan et de ses équipes. Avec pour conséquence des tâches chronophages et sans valeur ajoutée pour tout le monde, des collaborateurs qui passaient leur temps à gérer leurs notes au service administratif qui devait sans cesse rappeler les retardataires et faire des ressaisies comptables. Sans parler des files d'attente pour récupérer la carte bleue de la société pour ceux qui devaient faire des achats en ligne.

mooncard

Commandez vos cartes 01 79 75 11 91 Fonctionnalités Tarifs Clients Blog Se connecter

La carte de paiement qui gère vos notes de frais et vos dépenses professionnelles

Payez, gérez et comptabilisez simplement vos notes de frais et vos dépenses d'entreprise

COMMANDEZ VOS CARTES Sans engagement !

COMPRENDRE EN VIDÉO

La frustration autour des achats et des notes de frais était la même pour Damien Metzger, alors CTO et CDO au sein de Prestashop : c'est donc en partant de ce constat partagé que les deux hommes ont choisi de créer Mooncard en mars 2016. Dès le début, ils ont une idée précise des fonctionnalités dont doit disposer la carte pour faire la différence, comme les SMS en temps-réel et la possibilité de changer ses paramètres d'un clic. Et si les fondateurs ont une vraie expérience en infrastructure logicielle, ils ne connaissent rien aux Fintechs et à la monétique.

Une solution pour les coursiers comme les consultants

Ils font alors le tour des banques françaises, et le verdict est sans appel : ce à quoi ils aspirent initialement est impossible à mettre en place. Mais pas question d'abandonner : après avoir intégré le Village by CA à Paris en juin, ils partent à la rencontre des principaux fournisseurs européens de carte jusqu'à rencontrer le partenaire idéal : Wirecard, qui leur propose une architecture technique comptable en parfaite adéquation avec leurs besoins. Une rencontre qui ne doit pas grand chose au hasard, puisque l'émetteur allemand a aussi réalisé la première carte de la néobanque

N26.

Entre la première carte en beta-test en octobre 2016 et le lancement commercial officiel, il se passe 6 mois, pendant lesquels Tristan Leteurtre et Damien Metzger peaufinent leur solution. Notification automatique des dépenses, notes de frais pré-remplies, justificatifs intégrés, suivi en temps réel... De quoi répondre aux besoins de toutes les entreprises. Et ça marche : leur solution est vite adoptée par les commerciaux, les consultants, les dirigeants mais également par d'autres types d'entreprises comme les coursiers ou les industries traditionnelles.

"Une grande société nous a même confié que Mooncard leur avait probablement évité une grève salariale, eux qui rencontraient des tensions liées à l'avance de frais des salariés et aux délais de remboursement !"

Tristan Leteurtre, cofondateur de Mooncard

Et si Mooncard trouve peu à peu son marché en répondant à un réel besoin, elle doit aussi composer avec les autres acteurs du marché, que ce soit les cartes bancaires classiques, les logiciels de gestion de notes de frais... et ceux qui proposent une solution sensiblement identique à la leur, comme Spendesk, qui s'est lancé au même moment. Pas rancunier pour autant, Tristan Leteurtre se réjouit qu'ils aient contribué à évangéliser le marché sur les nouvelles offres de carte d'entreprise, et se veut rassurant.



À lire aussi

Spendsk lève 8 millions d'euros et double ses effectifs

"Mooncard cible les PME et ETI. Dans ce domaine, il existe un certain nombre de logiciels de note de frais, les leaders mondiaux étant Concur et Expensify. Mais le concurrent qui gère 85% du marché des notes de frais reste... Excel ! Donc un terrain vierge, veut croire Tristan Leteurtre. Notre approche est unique : proposer une carte de paiement totalement paramétrables d'un clic et en temps-réel, rassurant pour le dirigeant, qui pré-remplit la note de frais et gère la comptabilité pour faire gagner un temps précieux."

Pour asseoir son positionnement sur ce secteur concurrentiel, Mooncard

compte sur un business model omnicanal : d'abord un abonnement entre 13 et 15 euros par carte et par mois, puis une commission sur les flux provenant de Mastercard (appelée "Interchange"). La jeune pousse facture aussi des fonctionnalités additionnelles (comptabilités, assurances premium...) aux clients qui le souhaitent. Et ils sont nombreux - plus de 600 - à avoir choisi la FinTech, parmi lesquels le Slip Français, Linxo, Ledger, Weezevent ou encore Vinci. De quoi lui assurer de beaux jours malgré une concurrence qui va sûrement s'étoffer à mesure que s'accélère la digitalisation des entreprises.

Article écrit par Maëlle Lafond