

**PROCOS**

**cegid**

**FÉDÉRATION POUR  
LA PROMOTION  
DU COMMERCE  
SPÉCIALISÉ**

## **Webinar MODES DE PAIEMENT**

**24 Février 2022**

REPRÉSENTER | PARTAGER | S'INFORMER | PROMOUVOIR | RASSEMBLER | VALORISER | FORMER | SE FORMER | DÉVELOPPER

# Animation



**Davy DAUVERGNE**  
Chef de produit Innovation,  
Cegid



**Eric JASPART**  
Chef de produit Retail,  
Cegid



**Animation**  
**Emmanuelle ROCH**  
Délégué Général

**cegid**

**PROCOS**

**PROCOS**

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ



# Agenda

**Etat des lieux du paiement : vue d'un acteur technologique du magasin physique : enjeux dans le parcours d'achat, complexité.**

## **Des enjeux multiples**

- Répondre aux demandes de paiement de ses consommateurs (moyens de paiement par cible, ...),
- Rendre l'étape du paiement la plus fluide et secure possible pour le consommateur,
- Intégrer le paiement au nouveaux scénarii de vente (mobilité inStore, SCO, Abonnements/Locations, Omnicanal, ...),
- Fidéliser les clients (cashback, microdon, ....) ...

et tout ce ceci en étant conforme aux réglementations et limiter la fraude ...

## **Un environnement complexe**

- Des réglementations locales, devises,
- Multiplication des nouveaux moyens et des acteurs dans le paiement,
- Sécurité & prévention de la fraude,
- Réponses omnicanales, nouveaux scénarii de vente aux consommateurs (abonnements, location, seconde main, tokenisation omni .....),
- Transparence et maîtrise des coûts de la collecte des paiements (commissions diverses, locations hardware, ....)

## **« Vers la mort du TPE »**

- Les différents modes de paiement digitalisés : wallet, pbl, bnpl , ....

## **Statistiques sur la baisse des moyens traditionnels et augmentation des moyens digitalisés**

- Focus sur les wallets, focus sur PBL, BNPL, Tap on phone, Pin On glass, Reco faciale, SMS Afrique/Inde - Focus sur la Chine

# Agenda

Introduction

Etat des lieux des paiements

Les tendances dans le paiement

# Introduction

Sondage Klaxoon : <https://app.klaxoon.com/join/QFD2HAT>



PROCOS x CEGID Modes de paiements en magasin

PROCOS x CEGID Modes de paiements en magasin

par Olivier Chiono

Partager ce Sondage

**QFD2HAT**



# Parcours d'achat...



**Le paiement est l'étape la plus sensible du parcours d'achat...**

**Ne le sous-estimez pas**

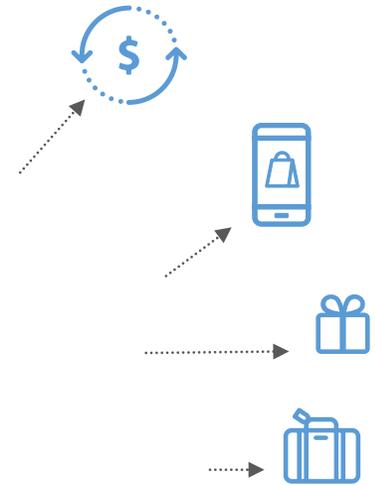
- **Diminuer les irritants et fluidifiez le check out**
- **Proposer des options en phase avec votre clientèle et votre positionnement**
- **Adapter les pratiques locales**
- **Se préparer aux Nouvelles technologies (Mobile, Sans contact, objets connectés, reconnaissance faciale...)**

# Proposez de Nouvelles alternatives de paiement



Le POS est au coeur de multiples options de paiement :

- Espèces
- Chèque
- **VOUCHERS**  
(Chèque cadeau/ Avoirs)
- Cartes cadeau
- Cartes bancaires
- Paiement mobile/Wallets
- Virements bancaires
- BNPL/Différé
- Cryptomonnaie - BITCOINS?



# Paiement 2020 : Etat des lieux



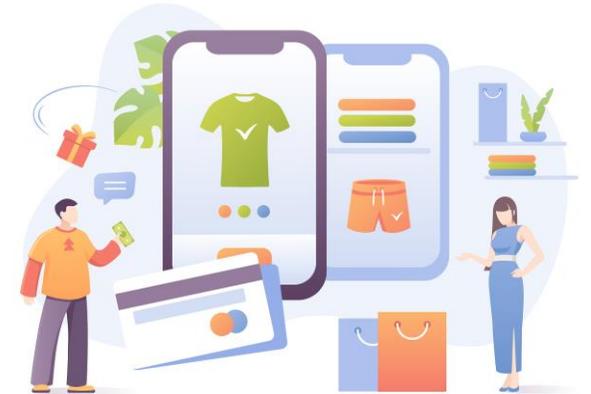
# Tendances globales vs 2019

## Global

- Les tendances restent hétérogènes avec les diversités culturelles, économiques et réglementaires.
- La pandémie a changé les habitudes d'achat et de paiement => Emergence du sans contact
- POS : Volume global de transactions en chute de **4,4%** (Pandémie)
- L'e-commerce s'envole avec une croissance de **19%**, soit 10% (**+2%**) du volume de transactions globales

## Statistiques : principaux moyens de paiement :

- **Espèces :**
  - Ecom : Baisse du COD (Cash on delivery)
  - POS : Chute de **32,1%** vs paiement sans contact (Pandémie)
- **Portefeuilles numériques (Wallets) :**
  - Ecom : 44,5 % du global transaction (**+6,5%**). **Chine** : 72,1% des transactions en ligne
  - POS : 25,7 % des transactions soit **19,5%** de croissance



# Tendances globales vs 2019

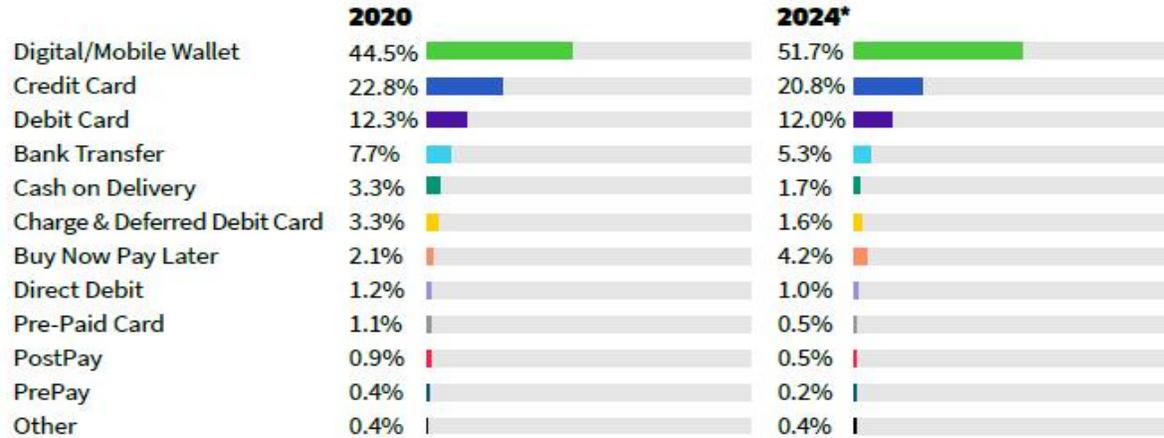
- **Virement bancaire**
  - Croissance exponentielle à la croissance du Ecom
- **Débit direct \* :**
  - 1,2 % des paiements en commerce électronique (4% en Europe avec SEPA)
- **Cartes débit/Crédit :**
  - Ecom/POS : Stable en léger déclin vs wallets
- **Buy now pay later :**
  - Ecom : de 2,1 % en 2020 à 4,2 % en 2024 (+50%)



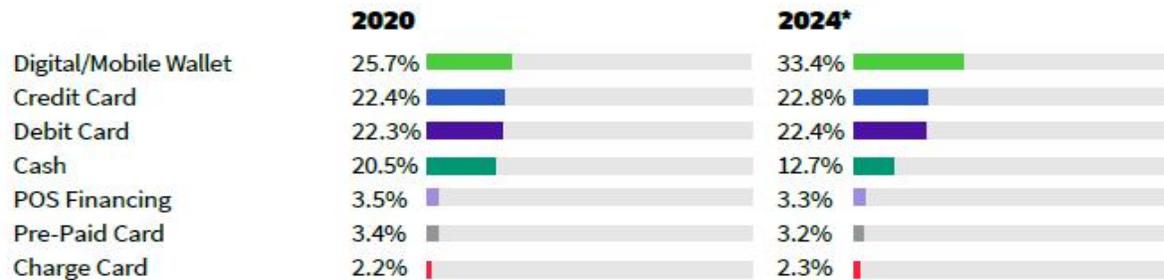
\* Le débit direct est une forme de transfert bancaire où un détaillant retire des fonds directement du compte bancaire d'un consommateur

# Global

## Global e-com payment methods



## Global POS payment methods



Numbers adjusted for rounding may impact totals.

\*Forecasted

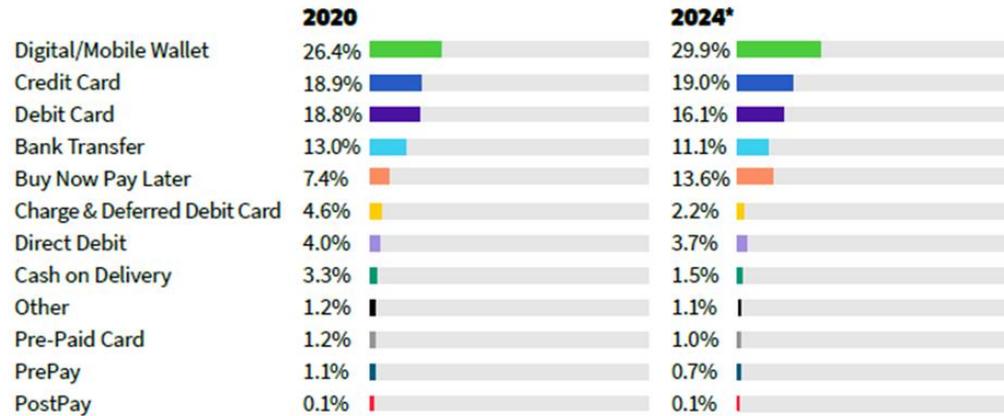


Online checkout with digital wallets increased **6,5 %**

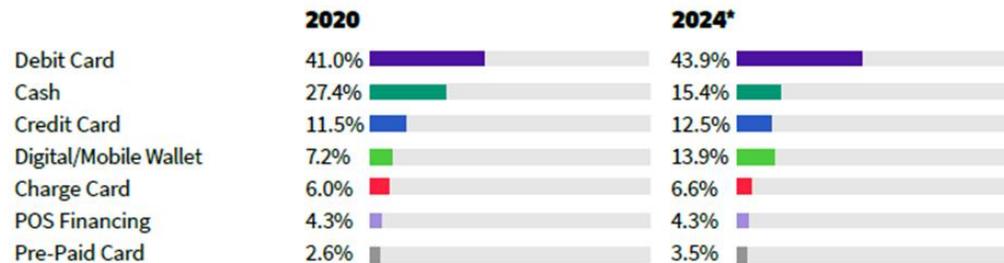
At the POS, cash dropped **32%** in the last year

# Europe

## Europe e-com payment methods

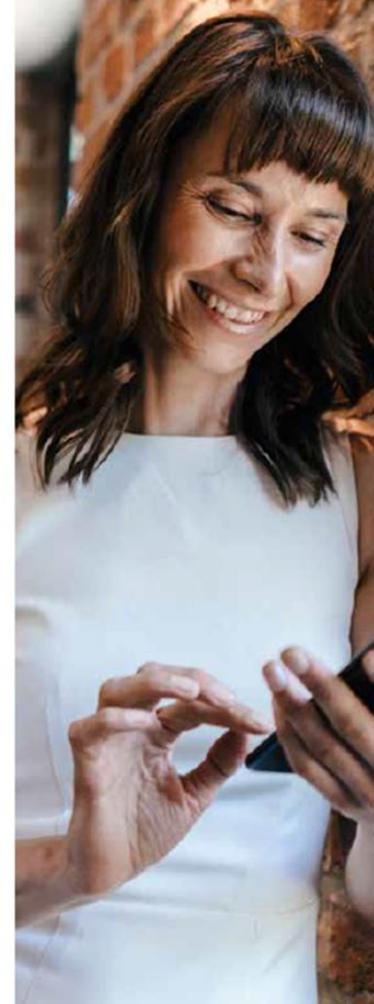


## Europe POS payment methods



Numbers adjusted for rounding may impact totals

\*Forecasted



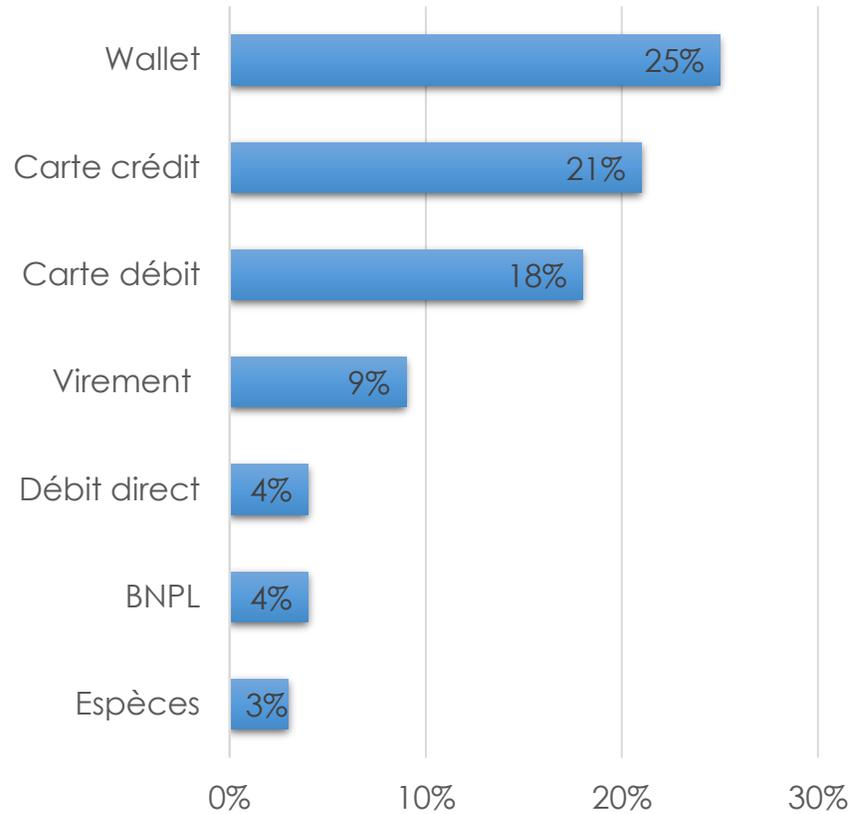
Europeans checkout using debit and credit cards equally at **19%**

Nordics are expected to be nearly cashless within **5 years**

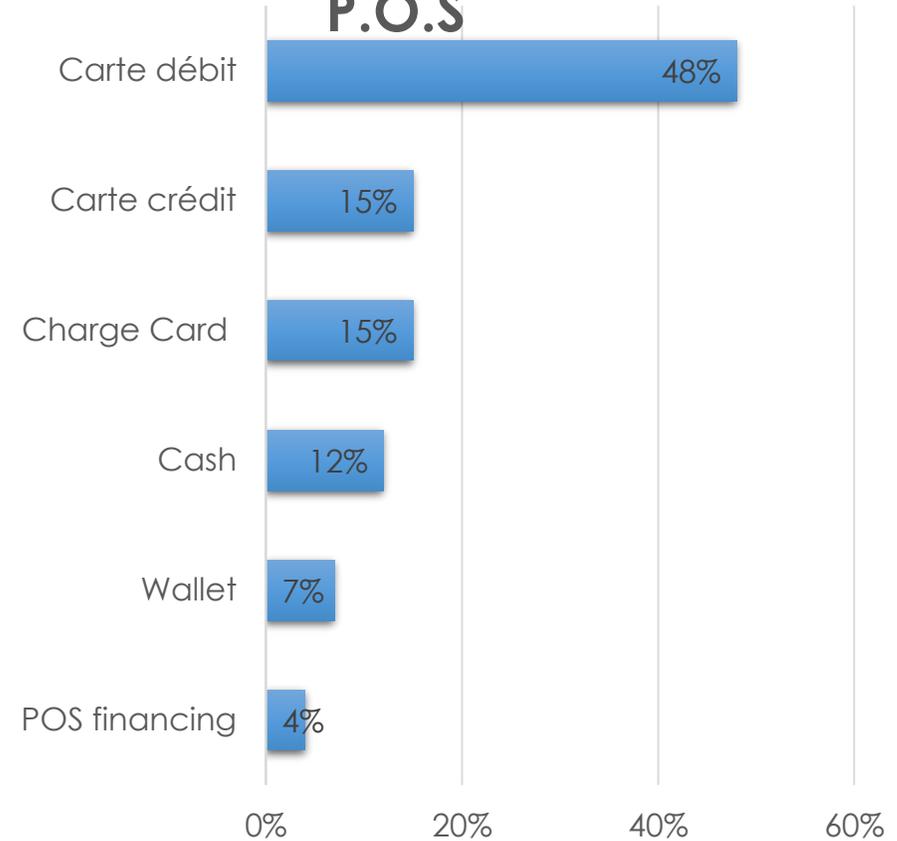


# France (2020)

## Ecom



## P.O.S



# Les tendances dans le paiement



# Paiement mobile

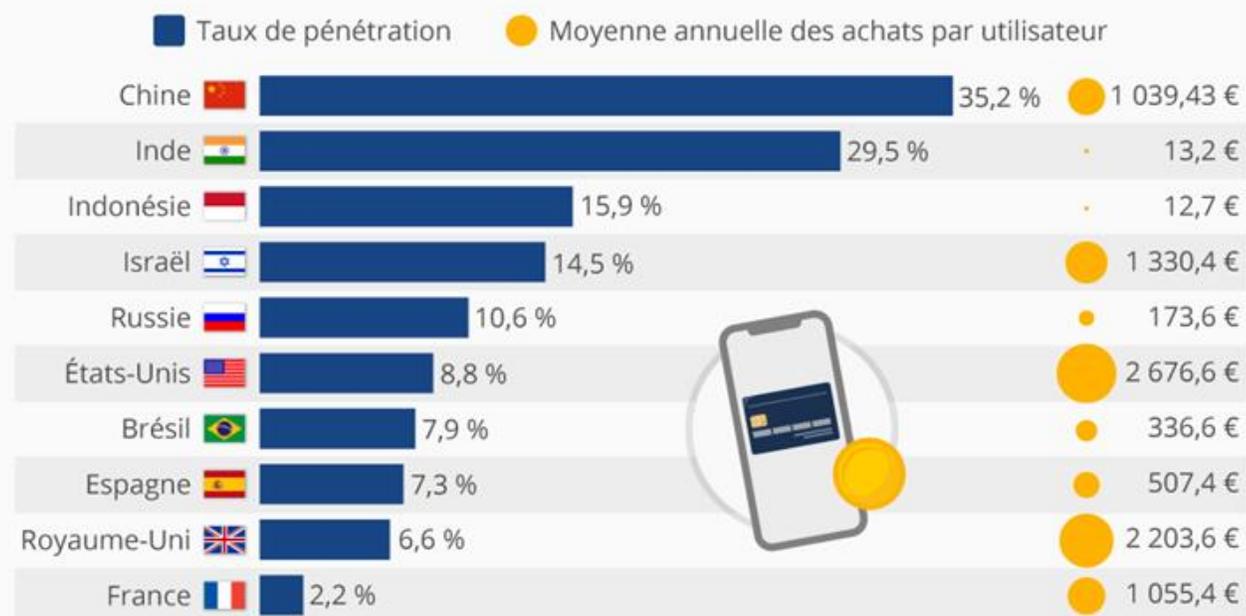
- **Usage** : Paiement en ligne et en boutique voir entre particuliers
- **Technologie** : NFC et QR Code
- **Marché** : En pleine expansion, disparate selon les zones géographiques
- **Acteurs** : Alipay, WeChat, Google Pay, Apple Pay, Paypal, Samsung Pay  
**France** : LyfPay, Paylib, Lydia
- **Atouts** :
  - Paiement sans contact (Pandémie compatible)
  - Diminue l'utilisation du cash (fraude)
  - Universel (5,19 milliards d'utilisateurs : 67% de la population mondiale)
  - Sans frais de mise en place
  - Facile à mettre en œuvre
  - Pas d'impact sur le POS (Carte bancaire)
  - Montant de dépenses plafonnée
  - International selon opérateur financier



# Statistiques

## Le paiement mobile reste très marginal en France

Taux de pénétration du paiement mobile dans les pays sélectionnés en 2019 \*



\* Chiffres prévisionnels. Ils incluent les transactions réalisées via les terminaux de paiement mPOS et les portefeuilles mobiles (e-wallet).

Conversion en date du 7 mai 2019 : 1 EUR = 1,1186 USD.

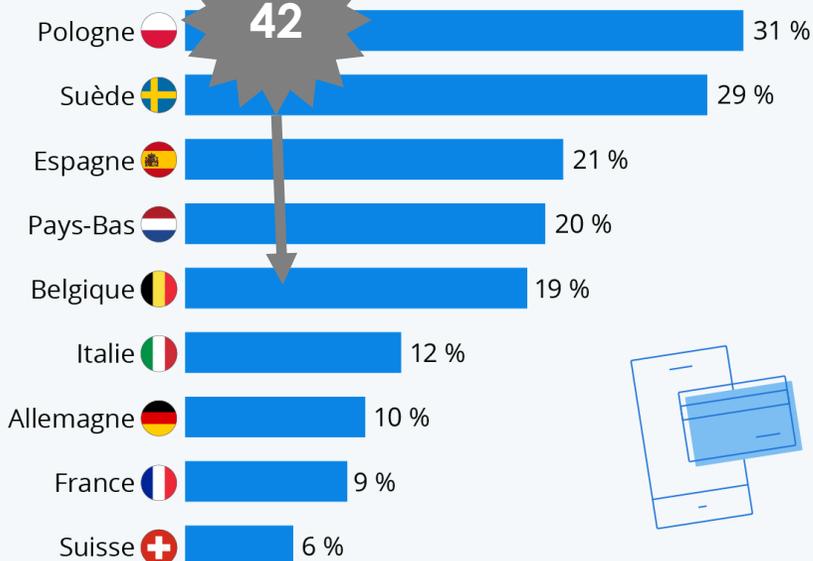
Source : Statista Digital Market Outlook



statista

## L'adoption du paiement mobile en Europe

Part des répondants ayant utilisé le paiement mobile dans les pays sélectionnés en 2020 \*



\* Étude menée en ligne en juillet-août 2020 auprès de 1 000 à 2 000 répondants par pays (18-64 ans).

Source : Statista Global Consumer Survey



statista

**PROCOS**

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

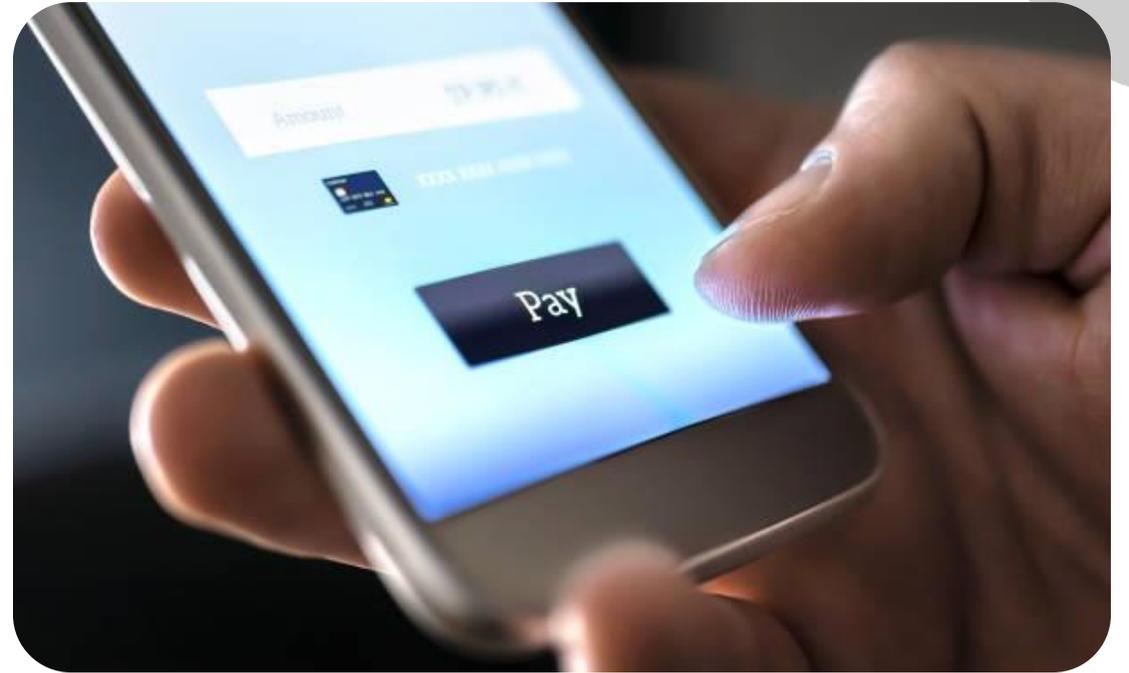


3

# Paiement digital vers la mort du TPE



# Tendances



Emergence du paiement dématérialisé



## Tap to Pay on iPhone

Later this year, US merchants will be able to accept Apple Pay and other contactless payments simply by using iPhone and a partner-enabled iOS app

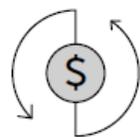
# Tendances – Les acteurs

## Multitude d'offres et d'acteurs



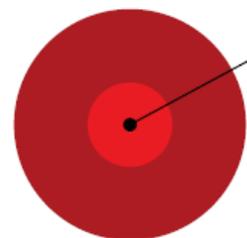
# Les wallets décollent

## A year of growth: digital wallets

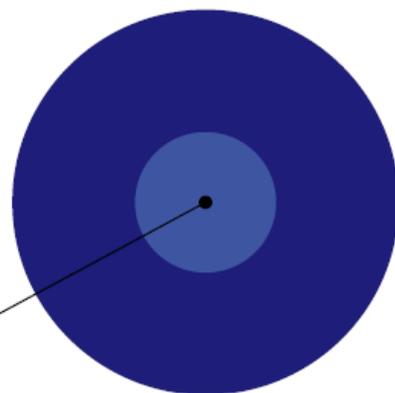


Number of transactions  
(monthly)

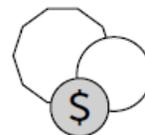
▲ 90%



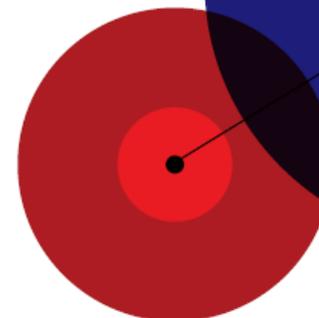
36 million  
(March 2020)



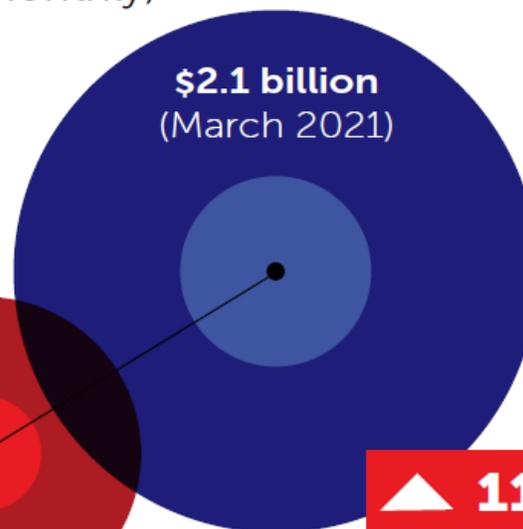
68 million  
(March 2021)



Total dollar value  
(monthly)



\$1 billion  
(March 2020)



\$2.1 billion  
(March 2021)

▲ 110%



Average transactions  
\$44 (credit)  
\$29 (debit)

Source : Commonwealth Bank of Australia

# Les wallets s'adaptent

## Les enjeux



Limitier les contacts  
physiques



Optimiser les flux  
en magasin



Proposer des  
alternatives  
au magasin



Proposer du choix,  
Elargir l'offre



Interagir sur  
le média  
approprié

## Les réponses



Distanciatiion =  
Digitalisation =  
Nouveaux usages



Mobile First



Omnicanal  
Offrir de la continuité



Hybridation des  
parcours d'achat



Personnalisation

# PROCOS





# Paiement fractionné Paiement différé



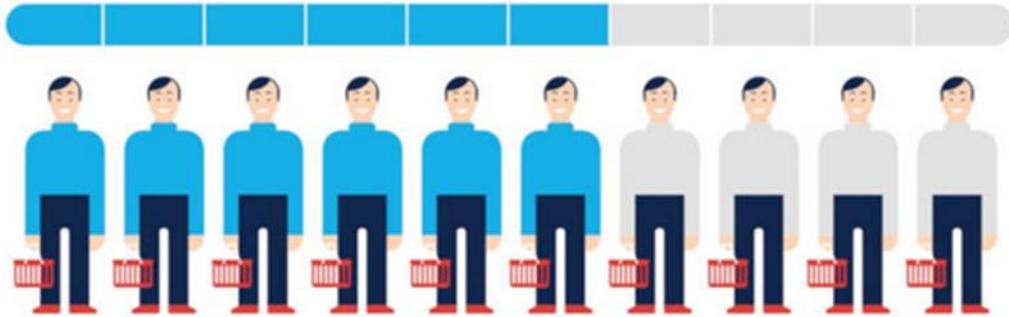
# Paiement fractionné/différé

- **Usage** : Paiement en point de vente et E-commerce,
- **Principe** :
  - **Fractionné** : Le client final paie en plusieurs fois son achat à échéances convenues (2 à 10 fois) sans frais
  - **Différé** : Le client final paie en une fois mais à une date ultérieure convenue. Appelé aussi : Buy Now Pay Later (BNPL)
- **Technologie** : Application avec API (Interface) ou direct sur TPE
- **Marché** : International
- **Acteurs** : [Afterpay](#) (AUS), [Sezzle](#) (USA), [Klarna](#) (SV), [Alma](#) (F), [Pledg](#) (F), [Oney](#) (F), [Floa](#) (F)
- **Atouts** :
  - Augmenter le taux de conversion des parcours d'achat,
  - Éviter les impayés,
  - Apporter un nouveau service « seamless »,
  - Le retailer soustrait la gestion à un tiers,
  - Crise sanitaire : Assimilé à paiement sans contact.
- **Points d'attention** :
  - Cadre réglementaire léger,
  - Surendettement « masqué »



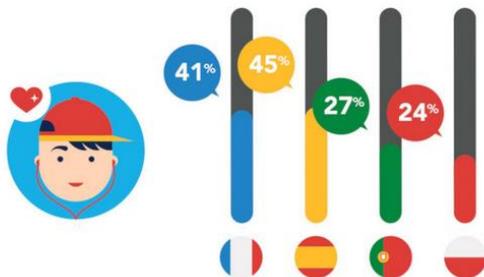
# Quelques chiffres

UTILISÉ PAR  
6 CONSOMMATEURS SUR 10,

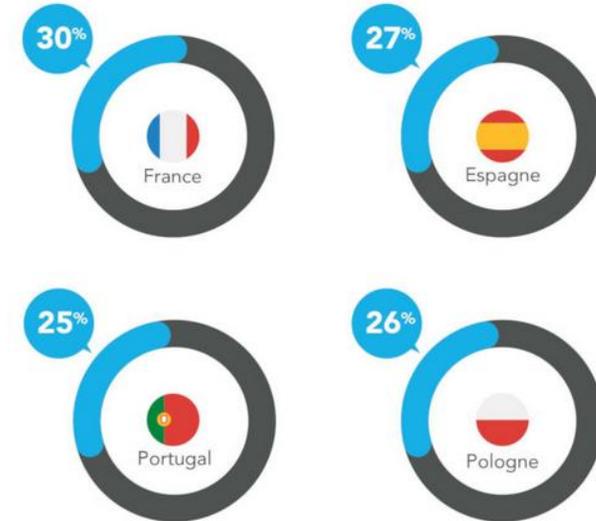


LES JEUNES EN PARTICULIER (18-24 ANS)  
PRIORISENT LES ENSEIGNES QUI  
PROPOSENT LE PAIEMENT  
EN PLUSIEURS FOIS.

De manière plus significative en France et en Espagne.



LE PAIEMENT FRACTIONNE  
EST DÉTERMINANT DANS LE CHOIX D'UNE  
ENSEIGNE POUR 1 CONSOMMATEUR SUR 4.



PLUS LE MONTANT EST ÉLEVÉ,  
PLUS LE PAIEMENT FRACTIONNÉ  
EST PRATIQUÉ PAR LES CSP+

**PROCOS**

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

# Paiement par lien (Pay by link)

- **Usage** : Paiement en point de vente, E-commerce et V.A.D (MOTO)

- **Principe** :

Lors du check-out, le client final reçoit un lien ou QR code par SMS, Email ou réseau social qui le redirige sur une page web sécurisée, le client renseigne ses coordonnées bancaires et valide son paiement qui revient chez le marchand.

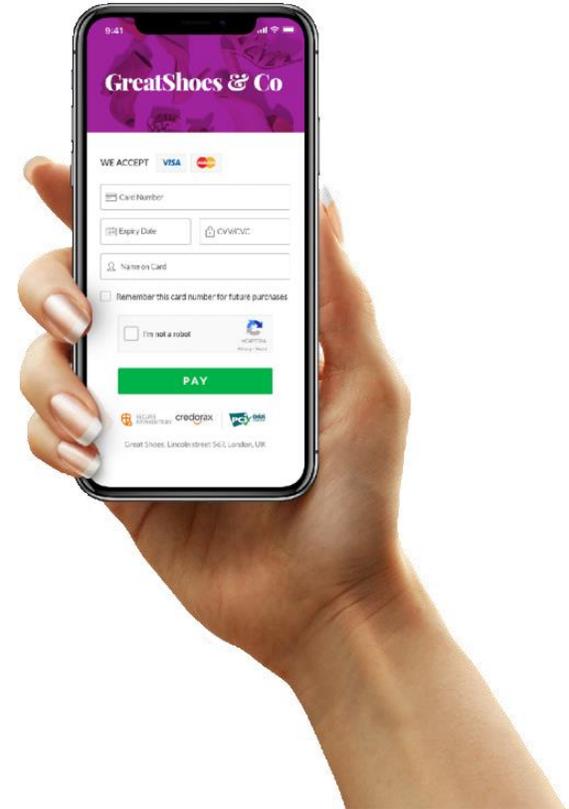
- **Technologie** : Application avec API (Interface) ou direct sur le TPE

- **Marché** : International

- **Acteurs** : P.S.P

- **Atouts** :

- Paiement sécurisé pour les deux parties,
- Paiement simplifié (Autofill de carte + saisie du CCV),
- Mobile friendly,
- Nativement international,
- Omnicanalité,
- Paiement « Covid-compatible »



# Virement instantané





3

On en parle aussi...

**PROCOS**

FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ



29

# On en parle aussi ...

- **Paiement omnicanal**

- Créer une synergie entre web, mobile et magasin : réconciliation les canaux de vente,
- La tokenisation permet d'associer la carte bancaire à un code à usage unique (token ou alias)
- Le token sert de clef pour les paiements réalisés sur les différents canaux
- La sécurité est optimale, le marchand peut conserver le token
- Adaptés aux principaux scénarios « Store to Web » et « Web to store »
- Proposer une expérience d'achat client sans couture
- Enrichir la connaissance client (CRM)



# On en parle aussi ...

- **Cagnotte en ligne**

- Possibilité de dépenser l'argent cagnoté chez partenaires en ligne ou en magasin (Carte cadeau).



Acteurs : Leetchi, le pot commun, cagnotte.me (Lydia)

- **Cash back**



Deux interprétations :

- Un moyen d'obtenir des espèces chez un commerçant lors d'un achat par carte bancaire uniquement (Achat minimum 1 € / Retrait max. 60 €). Disponible en France depuis 2019.
- En Amérique du Nord, versement d'argent sur la carte du client en fonction du montant de sa dépense (de 1 à 3%). L'argent sera disponible pour d'autres dépenses. Pas de programme similaire en Europe, la reversion se fait sous forme de chèque cadeau, remise ou points (Fidélité)

# On en parle aussi ...

## Cryptomonnaie

- Paiement en ligne ou en boutique avec de la monnaie digitale (Bitcoin, Litecoin, Ripple).  
Paiement via une application (Mobile Wallet).

Moyen de paiement en pleine expansion en Amérique du Nord, Paypal vient de lancer son service de paiement « Checkout with Crypto »



# Ailleurs : La Russie



# Russie

## Révolution russe, laboratoire du paiement digital :

- Le paiement de proximité (NFC)
- Le virement instantané avec un identifiant unique
- Le transfert d'argent entre particuliers
- La reconnaissance faciale pour fluidifier le parcours client (Retail, grande distribution, transport en commun...)







**Merci pour votre attention**  
**Bonne journée !**

