

Paiement

De nouveaux moyens

Mobilité et sans-contact entrent petit à petit dans notre vie quotidienne, mais avec eux les écrans connectés, les robots et autres formes de paiement dont beaucoup restent certainement encore à inventer...



© langthorn - fotiba

“Le commerce a évolué, y compris dans les toutes dernières années et, probablement, dans les toutes prochaines années. Si Internet n’est pas nouveau, tout le paiement au travers des applications l’est un peu plus, en incluant la dématérialisation de l’acte de paiement”, développe Geoffroy Seghetti, Head of Core Products Western Europe Mastercard. **“Toutes les études que nous réalisons aujourd’hui sur le consommateur, qu’il soit Français ou Européen, voire mondial, montrent une demande très forte pour tout ce qui est immédiateté. Nous n’avons plus de patience aujourd’hui, il faut que les**

choses soient faites immédiatement, paiement y compris. La technologie est là pour y répondre”, continue-t-il.

VRAIMENT NOUVEAUX?

Parmi ces technologies, le paiement mobile est un premier sujet fort. Payer directement par le téléphone via une application du commerçant et une autre sur le téléphone est une réalité. Plus ou moins forte selon les points de vue. Apple Pay, disponible en France depuis juillet, devrait ouvrir de belles perspectives au sans-contact, en panne depuis quelques années. Même sécurisé (authentification

par empreinte digitale et code unique stocké dans une puce dédiée), il reste cependant un système propriétaire et soumis à redevance que les distributeurs pourraient boudier au profit d’autres solutions. Les leurs par exemple ? Orange a franchi le pas avec Orange Cash. De son côté, Auchan Retail France a opté pour le service Fivory qu’il déploiera au sein de ses magasins en 2017. Celui-ci permet de payer les achats via le téléphone portable de manière sécurisée mais offre, également, un accès à l’historique d’achat, aux tickets de caisse dématérialisés, au programme de fidélisation au moment

du paiement, etc. Le but pour l'enseigne est de proposer aux clients un parcours d'achat enrichi et digital. *"Nous sommes dans la futurologie, mais il faut s'attendre à ce que d'autres acteurs se manifestent. C'est déjà le cas. Il y a aussi les banques qui émettent leurs propres solutions qui ne sont pas forcément en contradiction avec Fivory. Nous sommes dans des environnements qui convergent de manière générale"*, ajoute Geoffroy Seghetti.

"Au niveau équipements, il n'y a pas d'impact sur les systèmes d'acceptation. Il faut quand même la bonne version de l'application de paiement sans-contact, mais Apple Pay reste du sans-contact traditionnel", explicite Nicolas Dejonghe, directeur marketing d'Ingenico France. *"Aujourd'hui, il est probable que les résultats du sans contact soient mitigés, pour rester politiquement correct. Il y a un indicateur que j'aime bien citer, savoir si on publie les chiffres de téléphones équipés ou ceux du nombre de transactions. Et on ne publie pas de chiffres de nombre de transactions dans ce domaine, ce qui prouve bien que l'énorme vague n'est pas arrivée"*, résume Gérard de Moura, DG délégué de Galitt. Les infrastructures sont prêtes, certes, mais les commerçants le sont-ils face à un retour sur investissement inconnu?

Autre sujet : les bitcoins et portefeuilles électroniques qui semblent rester d'actualité mais sans vraiment connaître d'énormes vagues d'adoption. Beaucoup d'acteurs créent leur propre solution dans le but d'augmenter leur trafic, notamment, comme Walmart par exemple. *"Le wallet, pour l'homme des systèmes de paiement que je suis, n'est pas un sujet neuf mais, renaît de ses cendres régulièrement en cherchant toujours à trouver son point d'équilibre ou son point d'usage et d'adoption. Il manque au consommateur le sentiment que la valeur qu'on lui apporte est telle qu'il faut absolument qu'il profite du service"*, remarque Gérard de Moura.

EN TOTALE CONNEXION

Plus prospectif, mais en lien direct avec nos nouveaux modes de vie et de consommation, les écrans connectés ouvrent de nouvelles voies. Avec l'acquisition de Think&Go NFC, Ingenico se trouve, désormais, en mesure de

Verifone chez Aldi Fluidifier le passage en caisse



Chez son client historique Aldi France, Verifone a installé son terminal fixe Verifone VX520 sur l'ensemble du réseau français de distribution. L'enseigne a sélectionné ce terminal de paiement pour sa robustesse et sa fiabilité ainsi que pour ses nombreuses fonctionnalités dont la performance ultra rapide du sans-contact (pour les

cartes et mobiles) afin de fluidifier le passage en caisse. Le terminal ainsi choisi est également compatible avec les technologies de portefeuilles mobiles telles qu'Apple Pay, Google Pay et Android Pay. En dehors de la France, Verifone travaille avec Aldi dans plusieurs pays européens, dont la Grande-Bretagne et l'Allemagne.

proposer divers services, dont le paiement au travers d'un écran connecté. Un premier exemple a été mis en place, en mars dernier, à l'occasion de la semaine de mobilisation contre le cancer. Deux écrans connectés intégrant le multi-paiement ont été installés Gare Saint-Lazare à Paris. Ils ont, ainsi, collecté les dons au moyen d'une carte de paiement sans contact et permis l'achat de jonquilles ou de broches à récupérer dans un espace de vente. Les exemples se multiplient : pour sa part, la chaîne de magasins Spar a fait le choix de placer, cet été, une cinquantaine d'écrans connectés dans certains campings. Elle offre, ainsi, la possibilité de faire les courses sur son site internet, de prépayer, puis de recevoir ses marchandises quelques heures après, sur le lieu de ses vacances... *"Nous fondons beaucoup d'espoirs dans la technologie des écrans connectés. Une technologie de paiement légèrement plus coûteuse, mais qui offre l'avantage d'aller chercher le consommateur là où il se trouve, en créant des points de vente déportés à moindre coût"*, justifie Nicolas Dejonghe.

Des courses en vacances mais, aussi, depuis son réfrigérateur... C'est chose possible au moyen de l'application Groceries proposée, pour le moment, par MasterCard Labs et Samsung aux Etats-Unis. L'application est directement préchargée dans le réfrigérateur et permet de faire ses courses sur le site d'une chaîne de supermarchés coopératifs américains, puis de valider la liste au moyen d'un code pin et, enfin, de régler au moyen de n'importe quelle carte bancaire américaine.

Des robots qui prennent les commandes et qui encaissent, des écrans connectés... Autant de possibilités avant-gardistes permises par l'évolution des technologies. Mais ces dernières ne sont-elles pas trop en avance par rapport à la maturité ou aux demandes des consommateurs? *"Payer est un des sujets sur lesquels nous sommes extrêmement conservateurs. C'est un point sur lequel les consommateurs évoluent peu, et il faut leur apporter une proposition de valeur suffisante pour justifier leur adoption"*, analyse Gérard de Moura. ■