

Les paiements digital-first : plus qu'une opportunité, une nouvelle donne

PAIEMENT

POSTÉ LE 08.24.23

L'ère du « tout, tout de suite » est en marche. Pour faire face à ce changement, offrir des expériences fluides aux porteurs de cartes de paiement et garder le rythme avec les Fintechs, les banques doivent adopter une approche digital-first¹. Ce changement d'approche est également l'occasion pour elles de moderniser l'émission des cartes et de réduire à la fois les complexités opérationnelles et les coûts associés.

Philippe Ledru, VP Ventes Europe, Business Unit Services de Paiement chez IDEMIA

Une nouvelle expérience de la carte de paiement

En tirant le meilleur des deux mondes, physique et digital, les émetteurs peuvent créer une expérience exceptionnelle autour de la carte de paiement. Cependant, leurs systèmes existants sont souvent cloisonnés et incapables de fournir des services (en priorité) digitaux, flexibles et en temps réel. Pour réimaginer l'expérience digitale et physique de la carte, les banques doivent adopter et déployer des fonctionnalités modernes pour l'émission des cartes. **Cela leur permettra d'offrir aux porteurs de cartes plus de contrôle sur leurs cartes** et, surtout, de réduire leurs coûts opérationnels et de gagner en agilité.

Transformer l'émission des cartes

Au cours de la dernière décennie, le digital est devenu la « porte d'entrée » dans tous les domaines d'activité. Aujourd'hui, c'est une évidence : le physique et le digital se nourrissent l'un l'autre, notamment dans le domaine de la banque et des paiements. En ce qui concerne les cartes de paiement, le terme « *digital-first* » désigne d'abord **le fait de fournir un moyen de paiement en temps réel**, sans qu'il soit nécessaire d'émettre et de distribuer une carte physique simultanément.

C'est formidable de pouvoir payer avant même de recevoir une carte physique ! Le concept « digital-first » transforme en profondeur l'émission des cartes. Celle-ci n'est plus liée essentiellement à un moyen de paiement physique et l'application bancaire mobile est désormais le lien privilégié entre un client et sa banque.

Philippe Ledru, VP Ventes Europe, Business Unit Services de Paiement chez IDEMIA

Mêler l'univers physique et l'univers digital

Avec l'approche *digital first*, une fois que le client a ouvert un compte bancaire ou a demandé un crédit à distance, il a accès à **un moyen de paiement digital** (généralement la version digitale d'une carte dans un portefeuille mobile) et il peut immédiatement commencer à faire des achats en magasin ou en ligne. Les fonctionnalités *digital-first* répondent à une demande croissante d'autonomie et de flexibilité. **La carte sans numéro** est un excellent exemple de programme de cartes reposant ce type de fonctionnalités. Outre le nom du porteur, toutes les autres données sont absentes sur la carte physique, ce qui implique de récupérer les informations de la carte à partir de l'application bancaire pour effectuer un paiement en ligne.

Pourquoi les banques devraient-elles adopter une approche *digital first* ?

Une approche *digital first* présente de nombreux avantages, le plus important étant de permettre aux porteurs de cartes de **payer immédiatement** et d'enregistrer leur carte digitale où ils le souhaitent, sans attendre de recevoir leur carte physique. Par ailleurs, la perte ou le vol d'une carte physique implique souvent de devoir attendre plusieurs jours avant de recevoir une nouvelle carte et de l'activer. Plusieurs jours sans moyen de paiement, c'est long et cela représente une perte importante pour la banque, en plus d'être une mauvaise expérience pour le client. La plupart des Fintechs proposent déjà une approche *digital first* et il est temps pour les banques de réorganiser leurs capacités d'émission de cartes si elles veulent **conserver leur position privilégiée dans le portefeuille de leurs clients**.

Plus important encore, passer à une approche *digital-first* signifie entreprendre une transformation digitale majeure, qui réduira les coûts actuels liés à l'émission et à la gestion des cartes. Enfin, dans un marché bancaire très concurrentiel, les expériences de paiement et les **applications mobiles innovantes** qui offrent un parcours client *digital-first* s'avèrent être un argument de poids pour fidéliser les clients et accroître leur niveau de satisfaction vis-à-vis de leur banque.

Mettre en place une approche *digital first* grâce à des solutions s'appuyant sur le cloud

Il reste encore beaucoup à faire pour moderniser les systèmes existants, mais les banques peuvent compter sur les experts en émission de cartes pour leur donner accès à des solutions s'appuyant sur le cloud via des API² et des SDK³ pour smartphones faciles à intégrer, afin d'offrir à leurs clients des expériences *digital-first* :

- ➔ **Emissions instantanées de cartes** : Il s'agit de la capacité pour les banques de générer des données de cartes en temps réel. *Digital first* signifie également **digital fast**⁴ et implique d'offrir aux porteurs de cartes un moyen de paiement immédiatement utilisable. Aujourd'hui, la plupart des banques envoient des demandes par lots (généralement une fois par jour) aux fabricants de cartes et aux bureaux de personnalisation, et les systèmes bancaires existants ne sont pas encore prêts à prendre en charge la transmission de données en temps réel. Mais **les nouveaux systèmes de gestion des cartes (CMS)** déjà utilisés par les Fintechs sont capables de gérer les données en temps réel. Pour rivaliser à armes égales avec les Fintech, les banques doivent passer à la vitesse supérieure et adopter, elles-aussi, la gestion des données des cartes en temps réel.
- ➔ **Digitalisation des cartes** : La tokenisation est un élément fondamental pour offrir un parcours digital aux porteurs de cartes. Pour que les émetteurs de cartes puissent tirer parti des services digitaux proposés par les réseaux de paiement et s'appuyer sur leur service de tokenisation, l'intégration avec les TSP (**Tokenization Service Providers**⁵) associés est essentielle. Les banques doivent s'intégrer à leurs interfaces, ce qui peut s'avérer délicat lorsqu'elles émettent des cartes différentes de celles des réseaux. C'est pourquoi de nombreux émetteurs font déjà appel à un partenaire pour la digitalisation de leurs cartes et pour assurer et maintenir cette connectivité avec les différents TSPs.

- ➔ **Push⁶ des cartes vers des applications et des sites tiers** : Une fois le numéro de carte créé au niveau du CMS, le consommateur peut décider d'utiliser ce moyen de paiement, en l'enregistrant dans une myriade de portefeuilles, c'est-à-dire auprès de **Token Requestors⁷**. Ces fonctions de « push » des cartes dans les portefeuilles mobiles tels qu'Apple Pay, Google Pay et Samsung Pay, dans des portefeuilles digitaux tels que Click to Pay, ou auprès des commerçants en ligne, sont indispensables à tout parcours **digital-first**.
- ➔ **Contrôle des cartes** : Les porteurs de cartes deviennent plus exigeants en ce qui concerne la possibilité d'utiliser immédiatement leurs moyens de paiement et de pouvoir les contrôler. Indépendamment du format de la carte (physique ou digital), les banques ont besoin d'une visibilité complète sur l'état de leurs cartes et des **tokens** associés, sur l'endroit où ils sont stockés et sur la façon de gérer leur cycle de vie (c'est-à-dire comment suspendre, rétablir ou supprimer un **token**).
- ➔ **Sécurité du front-end** : Qu'il s'agisse de sécuriser l'affichage des données de la carte, le code PIN de la carte, les numéros de cartes virtuelles ou d'activer la fonction de paiement sans contact (basée sur la technologie Host Card Emulation) sur l'application bancaire Android, il est crucial pour les banques de considérer la **sécurité mobile** comme un pilier clé de leur investissement et de leur proposition de valeur auprès des détenteurs de cartes. Les banques doivent également pouvoir compter sur des **solutions d'authentification forte des clients (SCA)** si elles souhaitent sécuriser l'accès à leurs fonctionnalités **digital-first** et authentifier les consommateurs dans les cas d'usage bancaires ou de paiement sensibles (comme les opérations bancaires en libre-service, les transactions de paiement en ligne ou l'enrôlement d'une carte de paiement dans des portefeuilles tiers).

Applications bancaires : le lien de prédilection entre les banques et leurs clients

Mettre en œuvre un programme de cartes *digital-first* implique d'enrichir l'application de banque mobile avec des fonctionnalités liées à la carte pour en faire le point central de toutes les interactions entre le client et sa banque. Le but est que le client puisse commander une nouvelle carte, suivre sa livraison, l'activer, sélectionner ou bloquer un code PIN, ou encore pousser sa carte dans un portefeuille digital tiers simplement depuis son smartphone. Pour mettre en œuvre de telles fonctionnalités, passer à l'échelle supérieure et réduire leurs coûts opérationnels, les banques doivent **repenser leur stratégie d'émission de cartes** en exploitant des technologies modernes et de nouvelles capacités d'émission. Cela dit, il n'y a pas de modèle unique en matière d'émission de cartes : digital d'abord, physique ensuite, physique uniquement ou digital uniquement... Une fois équipées de capacités modernes pour l'émission des cartes, les banques peuvent réinventer l'expérience autour de celles-ci et gérer **autant de parcours clients qu'elles ont de segments de clientèle et de type de cartes** dans leur feuille de route.

¹« en premier »

²*Application Programming Interface*

³*Software Development Kit*

⁴rapide

⁵fournisseur de services de tokens

⁶fait de « pousser » (une application dans un wallet)

⁷demandeur de tokens
