La carte bancaire et le mobile dépassent les espèces

La montée en puissance des paiements numériques

PAIEMENT

POSTÉ LE 09.28.16

L'industrie du paiement évolue rapidement. Les espèces sont remplacées progressivement par les cartes bancaires et les paiements mobiles. Par exemple, au Royaume-Uni, le volume des paiements numériques a dépassé le volume des paiements en espèce, dès 2014. En Suède, les paiements en espèces ne représentaient qu'à peine 2% du volume global des paiements en 2012. De surcroît, la banque centrale de Corée du Sud prévoit de supprimer les espèces d'ici 2020, et de nombreux pays envisagent de réduire la masse des monnaies « sonnantes et trébuchantes », car elles sont coûteuses à créer et à gérer.

Malgré tout, les espèces tiennent encore une place significative dans nos sociétés. En effet, leur disparition totale exclurait certaines franges de la population, qui n'ont pas de terminaux mobiles ou d'accès à Internet. Nous aurons donc toujours affaire aux désagréments liés aux espèces : elles sont peu hygiéniques, difficiles à tracer et conduisent à des erreurs comptables. De plus, elles favorisent l'évasion fiscale et le blanchiment d'argent.

Aujourd'hui, les paiements basés sur la carte bancaire sont largement adoptés dans le monde entier. Grâce à la technologie « carte à puce », elles représentent un moyen de paiement particulièrement sécurisé, rapide et pratique. Ce mode de paiement accompagne également le développement économique rapide des pays émergents (avec quelques exceptions, notamment mPesa au Kenya).

Par ailleurs, pour répondre à la demande d'une nouvelle génération de « clients connectés », le paiement mobile se développe rapidement. Toujours avec soi et très personnel, le mobile constitue un moyen de paiement très pratique et attrayant. Les terminaux mobiles sont idéaux non seulement pour dématérialiser les espèces mais aussi les cartes bancaires.

Il existe de nombreuses formes de paiement mobile: facturation via l'opérateur télécom, paiement basé sur le compte bancaire, monnaies virtuelles, paiement pair à pair ... Cependant, sur le court et le moyen terme, la carte bancaire va continuer à dominer le marché des paiements sur mobile, car elle s'appuie sur une infrastructure de paiement largement éprouvée et permet des déploiements et des mises sur le marché plus rapides et aisés.

Les portefeuilles mobiles représentent bien davantage que de simples moyens de paiement. Ils constituent la pierre angulaire d'une nouvelle expérience client. Ils permettent de localiser des magasins, de recevoir des offres promotionnelles, des récompenses et même d'avoir accès à des services financiers (consultation de comptes, prêts, offre de crédit...) adaptés à l'utilisateur. Par exemple, en s'associant au partenaire approprié, une banque pourrait offrir une réduction sur un voyage et, en parallèle, une offre de prêt pour aider son client à financer ses vacances.

Les portefeuilles électroniques permettent aux fournisseurs de services de nouer des relations nouvelles et plus étroites avec leurs clients. En réalité la valeur ne réside pas dans le paiement en lui-même, car les rémunérations sur les

transactions ont tendance à se réduire. Ce sont les données, générées par le paiement mobile qui sont précieuses : habitudes et horaires de consommation, préférences, localisation, adresse de facturation, solvabilité, situation familiale…

Les banques sont dans une position privilégiée pour valoriser les données. Elles pourraient en effet réduire le risque grâce à une meilleure évaluation de la solvabilité de leurs clients, assurer un meilleur ciblage des offres et des ventes croisées selon le profil des clients. Elles pourraient également offrir de nouveaux services pour permettre à leurs clients de mieux gérer leur argent (conseiller virtuel par exemple).

Ainsi, la maîtrise des données est essentielle pour posséder le parcours client, construire la fidélité à la marque et proposer des offres ciblées aux clients adéquats, au bon moment.

C'est pourquoi de très grands groupes internationaux s'engagent dans l'industrie des paiements : les géants du Web tels que Google, Facebook, des fournisseurs de services de paiement tels que Paypal, des fabricants de terminaux mobiles tels que Apple et Samsung, des acteurs majeurs de la grande distribution tels que Starbucks ou Walmart. La bataille est féroce pour maîtriser la relation client et les données.

Les banques ont quelques désavantages dans cette lutte : elles doivent s'appuyer sur des systèmes d'information en place depuis longtemps et se conformer à un cadre réglementaire très contraignant. Cependant elles ont de très nombreux atouts : leur compréhension des risques, leur profonde connaissance des services financiers et des régulations, leur maîtrise de la sécurité informatique et, surtout, la confiance de leurs clients.

Safran Identity & Security est le partenaire des établissements financiers pour surmonter les défis des paiements d'aujourd'hui et de demain. En tant que leader mondial de la sécurité numérique et de l'authentification biométrique, Safran Identity & Security est l'un des rares acteurs ayant une expertise dans la chaîne complète des paiements numériques.

Nous serons heureux de vous accueillir sur notre stand lors du salon Money 2020 à Las Vegas pour échanger davantage sur ces sujets et vous faire expérimenter nos solutions de paiement numérique.

d.