



RETAIL CONNECTÉ | PAIEMENTS

LE PAIEMENT FAIT SA RÉVOLUTION, EN LIGNE ET EN MAGASIN

Les consommateurs veulent payer avec davantage de simplicité et de rapidité, sans renoncer à la sécurité. Alors que le spectre des moyens de paiement ne cesse de s'élargir, la directive DSP2 accompagne la digitalisation du retail en renforçant la sécurité des paiements en ligne.



Nul doute que 2020 et 2021 resteront des années charnières pour les acteurs du paiement ! En raison de la transformation des usages des consommateurs et des commerçants, mais aussi de la mise en œuvre de nouvelles normes de sécurité pour les paiements en ligne. Dès le début de la crise sanitaire, une partie des échanges de proximité a basculé vers des achats à distance. Les modes de

paiement dématérialisés ont été systématisés dans les échanges de proximité. Le "sans contact", qui ne représentait que 3 % des paiements par carte avant la crise sanitaire, est monté à 8 % pendant le confinement, puis à 14 % après le 11 mai 2020, quand le plafond a été relevé de 30 à 50 euros, note l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement (OSMP). Si la carte bancaire concurrence désormais le m-paiement sur les petits

paniers, les solutions sans contact Apple Pay, Lyf Pay, Orange Cash... restent faciles à utiliser pour les montants plus importants.

INVESTIR DANS L'EXPÉRIENCE DE PAIEMENT

Les prestataires de services de paiement (PSP) et autres fintechs ont aidé les marchands à gérer les achats en omnicanal, mettre en place des solutions de e-commerce ou de click & collect, diversifier les modes de

paiement... L'expérience de paiement reste essentielle pour limiter l'abandon de panier, éviter de rejeter des transactions légitimes perçues comme frauduleuses, mais aussi recruter ou fidéliser les clients : 56 % des acheteurs n'hésiteront pas à se tourner vers une autre enseigne si le commerçant ne leur propose pas l'option de paiement qu'ils préfèrent⁽¹⁾. Pourtant, l'hyperchoix n'est pas toujours la panacée. « En tant qu'expert du paiement, nous avons un rôle de conseil pour transférer de l'agilité, permettre au commerçant de faire des choix forts, de monter en compétence sur l'essentiel et surtout de s'adapter rapidement », explique Philippe de Passorio, Dg France et Italie d'Adyen, dont la plateforme propriétaire gère les achats en ligne et en magasin. Proposer au client de payer grâce à un lien envoyé par mail, SMS ou WhatsApp (pay by link) a aidé beaucoup de commerçants à avancer dans leur transition omnicanale. « Ceux qui n'avaient pas de site e-commerce l'ont par exemple utilisé pour vendre leur stock. Cela a bien fonctionné dans l'alimentaire, la mode, le bricolage, la santé ou la beauté. Ces secteurs plutôt traditionnels passeront plus facilement au e-commerce après avoir expérimenté le pay by link », poursuit-il. Ce mode de paiement s'est aussi avéré très utile pour la vente à domicile. « Les réunions ne se faisant plus en physique mais en digital, les terminaux habituels ne



“En tant qu’experts du paiement, nous avons un rôle de conseil pour permettre au commerçant de faire des choix forts, de monter en compétence sur l’essentiel et surtout de s’adapter rapidement”

—Philippe de Passorio, Dg France et Italie d’Adyen

pouvaient pas être utilisés. En équipant la profession de moyens de paiement activés sur le téléphone, ce business a pu se transformer avec un côté interactif immédiat», détaille Anton Bielakoff, Dg de Lyra, société qui sécurise les flux entre les TPE et les banques et intervient aussi en tant qu’établissement de paiement. Le paiement fractionné, géré en marque blanche par les PSP ou directement intégré sur le site des vendeurs, a pris beaucoup d’ampleur. « Des commerçants ont commencé à le proposer pour faciliter l’achat sur des paniers de plusieurs centaines d’euros, par exemple pour des articles d’équipement

de sport ou d’informatique », observe Jean-Marc Noirel, Dg France de Checkout, spécialiste de regroupement de la chaîne de valeur. Si le commerçant de proximité peut facilement réserver cette faveur à ses clients fidèles et fiables, les sites marchands peuvent demander à un établissement de crédit de procéder au recouvrement et porter une partie du risque commerçant, moyennant commission.

DU NOUVEAU DANS LE PAIEMENT NOMADE

Dans le commerce physique, l’attente en caisse est un des principaux irritants. Des alternatives se déploient :

« Nous avons enrichi l’application d’une enseigne de prêt-à-porter en intégrant une solution de scan & go qui permet au consommateur d’essayer l’article, de le scanner et de le payer sans passage en caisse. Cette facilité peut aussi intéresser les enseignes alimentaires d’hyper centre, dont les paniers d’achat sont assez faibles », témoigne Vincent Lenglet, Product Manager chez Monext, PSP spécialisée dans le traitement des paiements. L’encaissement nomade est déjà utilisé mais le vendeur doit souvent connecter en Bluetooth sa tablette à un mPOS (mobile Point of Sale ou petit TPE mobile). Les connexions ne tiennent pas toujours leurs promesses... En cette fin d’année 2020, Monext lance des pilotes avec Visa et Mastercard sur une solution où le client paie en approchant simplement sa carte de la tablette ou du smartphone Android du vendeur, ou en tapant son code sur l’écran pour les montants de plus de 50 euros. « Cette solution va se développer en 2021. Elle convient à l’encaissement en magasin comme aux professionnels du service

à domicile ou à la personne. Les commerçants n’auront plus forcément besoin d’acheter ou de louer des TPE ! L’économie peut être colossale... Ce nouveau canal va aussi permettre aux enseignes les plus créatives de créer de nouveaux parcours », assure-t-il.

Les innovations obligent parfois les PSP à adapter leurs process pour contourner les incidents de paiement. Le paiement différé, qui permet aux clients e-commerce d’essayer leurs achats puis de les régler à réception de la facture, avait d’abord été proposé par des vendeurs en ligne de matelas. Le “try & buy” a ensuite été étendu, notamment à l’habillement. Une autorisation de paiement par carte bancaire n’étant valable que 7 jours, l’opérateur de paiement doit alors prévoir une ou plusieurs réautorisation par tranches de 7 jours pour garantir le paiement pendant 60 ou 90 jours. Le prélèvement par carte, plus simple à mettre en place que le prélèvement SEPA, se heurte à la fin de validité de la carte, notamment quand il est utilisé pour des offres d’abonnement. Des mécaniques de “tokenisation” permettent désormais de stocker non plus le numéro de la carte mais un identifiant – le token – indépendant de sa date de validité. Le commerçant qui adopte cette mécanique simplifie donc la récurrence du paiement tout en diminuant son taux de désabonnement.

PLUS DE PAIEMENT NON SÉCURISÉ

La recherche de simplicité et de rapidité dans l’exécution des paiements en ligne ne doit pas se faire aux dépens de la sécurité, d’autant que les

REPÈRES

21%

des Français souhaitent que le processus d’authentification des paiements soit rapide et ne nécessite aucune action de leur part (Étude Retail, Adyen, octobre 2020)

14%

des Français concernés par un rejet de paiement abandonnent leur achat. Pourtant, 65% des commerçants ne consultent pas les données relatives aux échecs de paiement (Étude Oxford Economics pour Checkout.com, juillet 2020)



“Un travail sur le design thinking et l'expérience utilisateur aide à perdre le moins de clients possible”

-Jean-Marc Nourel, Dg France de Checkout

►► Français y sont particulièrement attachés. La deuxième directive européenne sur les services de paiement (DSP2), entrée en vigueur en septembre 2019 mais dont l'application avait pris du retard même avant le Covid, oblige à remplacer l'actuelle authentification "3D Secure" (3DS), grâce à laquelle le commerçant est sûr d'être payé, par une "authentification forte" qui s'appuie sur deux des trois critères suivants : une information que le détenteur de carte est seul à connaître, l'utilisation d'un appareil personnel ou une caractéristique personnelle. Autre évolution : la décision de lancer la procédure d'authentification ne sera plus du ressort du vendeur mais de la banque qui émet la carte bancaire. Pour basculer l'ensemble des flux dans la nouvelle version du 3DS (dite

3DS2) et finaliser les achats sans interaction, tout en maintenant les transferts de responsabilité, l'ensemble de la chaîne de paiement doit être prête : les commerçants, les PSP, les banques des commerçants et des acheteurs. Au début, les demandes d'authentification seront plus nombreuses mais, une fois que les banques de clients et de fraude auront été constituées, 85 % des acheteurs en ligne n'auront plus besoin de remplir le 3D Secure. « *Au-delà du protocole technique à mettre en place, l'authentification forte a un vrai impact pour les marchands car elle modifie le tunnel de paiement. Un travail sur le design thinking et l'expérience utilisateur aide à perdre le moins de clients possible* », atteste Jean-Marc Nourel. Pour accélérer l'adoption des nouvelles

normes, les transactions de plus de 2000 euros non conformes au DSP2 sont déjà rejetées. Ce montant va diminuer progressivement pour s'étendre aux achats de moins de 500 euros à compter d'avril 2021.

La directive DSP2 a aussi ouvert la voie au virement instantané paneuropéen. Cette alternative aux offres des acteurs américains et chinois du paiement permet de transférer jusqu'à 15000 euros entre banques de l'espace SEPA, en moins de 10 secondes dans un environnement totalement sécurisé. Pour peu que le compte du débiteur soit approvisionné... « *Ce moyen de paiement pourra intéresser certains secteurs très touchés par le Covid, notamment les voyageurs, dont les paniers dépassent souvent le plafond des cartes bancaires. Le client n'aura plus besoin d'enregistrer le numéro d'IBAN du marchand, ce qui prend deux jours du fait de la lutte contre la fraude, ni de payer avec plusieurs cartes...* », se félicite Anton Bielakoff, dont la société a le statut d'initiateur de paiement. Une solution de plus dans la palette des moyens de paiement mis à disposition des marchands et des acheteurs, qui sont autant de leviers de plus pour éviter de perdre des clients, surtout quand on a dépensé beaucoup d'argent et d'efforts pour les acquérir. ■

Christine Monfort

(1) Étude Oxford Economics pour Checkout.com auprès de 5000 consommateurs et 1500 commerçants aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France et en Allemagne. Rendue publique en juillet 2020.

À SAVOIR

La carte bancaire biométrique permet de valider une transaction en mode sans contact en plaçant son doigt sur la zone dédiée, y compris pour des montants de plus de 50 euros. Les premiers tests autour de cette technologie sont en cours sur le marché français et sa commercialisation devrait intervenir progressivement (source OSMP).

-Anton Bielakoff, Dg de Lyra
“Le virement instantané paneuropéen pourra intéresser les voyageurs notamment”

