

# paiements



## Le paiement sans contact explose en France, mais pas encore sur mobile

Depuis trois ans, le nombre de paiements avec la carte sans contact double quasiment chaque année. Les 2 milliards de transactions devraient être atteints en 2018. Le paiement mobile n'en est, lui, qu'à ses balbutiements.

« Poser c'est payer ». Un slogan percutant pour un geste simple du quotidien. Orchestrée par le Groupement cartes bancaires CB, cette campagne de communication menée en 2015 a marqué le début de l'adoption massive par les Français du paiement avec la carte sans contact. La fonctionnalité a commencé à être déployée par les banques à partir de 2012. Sans succès. « Il a fallu un certain temps pour rendre cet usage incontournable », explique Anne Choquelle, directrice stratégie produits et marketing paiement chez Sopra Banking Software. « Tout d'abord il fallait renouveler le parc de cartes bancaires, ensuite il a fallu que les commerçants s'équipent de terminaux compatibles avec la techno-

logie NFC. Au début, il y avait une certaine frilosité, une crainte de fraude des consommateurs, il a fallu les rassurer ».

A l'instar du Groupement cartes bancaires CB, les banques ont elles aussi commencé en 2015 à promouvoir, auprès de leurs clients entreprise et auprès de consommateurs, cette fonctionnalité, qui permet de payer en point de vente jusqu'à 30 euros – le plafond a été relevé de 20 à 30 euros en octobre 2017 – en posant sa carte sur le TPE du commerçant, sans taper son code confidentiel. « L'usage a véritablement décollé en 2015 avec des taux de croissance de plus de 100 % d'une année sur l'autre », se réjouit Loÿs Moulin, directeur du développe-

ment du Groupement Cartes Bancaires CB. « L'usage du sans contact a décollé en 2015 quand un tiers des commerçants ont été équipés de terminaux compatibles avec la technologie sans contact NFC », précise Julien Claudon, responsable cartes et digitalisation de l'offre chez Société Générale.

« 80 % à 90 % de nos cartes en France sont équipées de la fonctionnalité sans contact », indique Olivier Gabrielli, responsable innovation et paiements digitaux chez Mastercard. « Depuis début 2018, toutes nos cartes bancaires émises ont la fonctionnalité sans contact. L'adoption et l'usage sont extrêmement forts, payer sans contact devient un geste du quotidien », confie Régis

Folbaum, directeur des paiements de la Banque Postale. Sur les 8 millions de cartes bancaires La Banque Postale en circulation, un tiers ont le sans contact. Les chiffres sont plus conséquents au niveau national, sur l'ensemble des réseaux bancaires : les trois quarts des 70 millions de cartes bancaires en circulation sont équipées.

### 1,2 milliard de transactions sans contact en 2017

En revanche, à ce jour seuls 55 % des commerçants sont équipés de terminaux de paiement compatibles avec le sans contact. « Il y a là un réservoir de croissance important », souligne Loÿs Moulin. Les secteurs les plus réticents sont l'habillement et les grandes surfaces non alimentaires, où le taux d'équipement est d'un tiers ; les secteurs les plus performants sont la boulangerie et la restauration rapide, avec des taux d'équipement supérieurs à 50 %.

Le nombre de transaction sans contact a atteint 1,2 milliard en 2017 pour un montant de 12,4 milliards d'euros, contre 604 millions transactions en 2016 et à peine 1 million en 2012. Cela représente 12 % en volume et 3 % en valeur des paiements par carte en situation de proximité. Le montant moyen d'un paiement sans contact s'établit à 10,2 euros en 2017. Si l'on ajoute aux paiements nationaux sans contact ceux réalisés en France au moyen de cartes étrangères et ceux effectués avec des cartes françaises à l'étranger, le montant total des transactions sans contact s'élève à 13,8 milliards d'euros pour 1,3 milliard d'opérations.

« Plus de 90 % de nos clients font au moins une transaction par mois sans contact, car cela simplifie la vie des clients et répond aux besoins des commerçants, tout le monde y gagne », affirme Julien Claudon, responsable cartes et digitalisation de l'offre chez Société Générale. Les paiements avec la carte sans contact devraient doubler cette année pour atteindre 2 milliards de transactions et 3 milliards en 2020. « Le sans contact est aujourd'hui installé dans les usages et va continuer à croître dans les prochaines années. Il pourrait représenter à moyen/long terme la moitié des paiements

de proximité en magasins », estime Loÿs Moulin. Selon le directeur du développement du Groupement cartes bancaires CB, si tout le monde utilisait le sans contact pour les paiements inférieurs à 30 euros, on atteindrait 6 milliards de transactions.

Ce plafond de 30 euros a été mis en place pour maîtriser la fraude. Résultat : le taux de fraude sur les paiements par carte sans contact s'élève à 0,020 %, selon le rapport annuel 2017 de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement. Il est bien en-deçà de celui des paiements à distance (0,161 %). La fraude sur les paiements sans contact résulte seulement du vol ou de la perte de la carte.

### Le mobile ne représente que 0,03 % des transactions de proximité

Au contraire du paiement sans contact avec la carte bancaire, le sans contact avec un téléphone mobile n'est pas plafonné en montant. Un véritable atout... « L'étape après le paiement sans contact avec la carte, c'est le paiement par mobile avec la possibilité de payer des montants sans plafond avec une sécurisation plus forte », explique Anne Choquelle de Sopra Banking Software. Et pourtant le paiement mobile reste très confidentiel en France : 4,4 millions de transaction en 2017, soit 0,03 % des transactions nationales de proximité, pour un montant total de de 83,5 millions d'euros, selon la Banque de France. Avec les transactions effectuées en France par des mobiles étrangers et celles réalisées à l'étranger par des mobiles français, le montant total des transactions par mobile atteint 123 millions d'euros pour 6,3 millions d'opérations.

Plusieurs raisons expliquent ce démarrage poussif. « Techniquement cela fonctionne même s'il y a encore des problèmes d'acceptation entre le mobile et le TPE. Mais l'offre sur le marché est très éclatée, disparate et complexe pour le consommateur », explique Anne Choquelle. Deux ans après l'arrivée d'Apple Pay en France, quelques grandes banques, telles que BPCE (Banque Populaire et Caisses

d'Épargne), Société Générale et Crédit Mutuel Arkéa, ont passé un partenariat avec la marque à la pomme. S'ajoutent à la liste les banques en ligne et néobanques (Boursorama, Fortuneo, C-Zam, N26, Orange Bank) mais manquent certaines banques, et non des moindres : BNP Paribas, Crédit Agricole et sa filiale LCL. Par ailleurs, seules les générations d'iPhones 6 et les suivantes sont équipées de la technologie NFC. Samsung Pay a débarqué en France en avril, mais la solution du constructeur sud-coréen n'est disponible que chez BPCE avec quelques modèles haut de gamme de la marque. La rumeur annonce Google Pay d'ici à la fin de l'année.



### Paylib mise sur le peer-to-peer

En attendant, pour les smartphones sous Android, il existe la solution Paylib, développée conjointement par les plus grandes banques françaises : Société Générale, la Banque

Postale, BNP Paribas, Crédit Agricole, Crédit Mutuel Arkea, Crédit Mutuel CIC et BPCE. Créé en 2012 pour faciliter le paiement en e-commerce, le wallet Paylib est devenu une solution de paiement sur mobile en 2017. « La croissance des paiements mobiles est en progression à deux à trois chiffres, même si ce n'est pas encore l'explosion, affirme Vincent Duval, président de Paylib. Nous sommes dans une première phase d'adoption, et cela certainement s'accélérer ». Paylib revendique 1,5 million d'utilisateurs mais ne communique pas sur le volume des transactions. « La force de Paylib est d'être un système implanté à l'intérieur même du système bancaire. Notamment parce que les banques sont tenues au secret bancaire, les données personnelles y sont protégées par construction », ajoute Vincent Duval.

Le président de Paylib est certain que paiement mobile devrait connaître un coup de pouce grâce au lancement, cet été, d'une nouvelle fonctionnalité de transfert d'argent intégrée de pair à pair (*peer-to-peer*). Concrètement, cela facilite les virements entre personnes à partir

des numéros de téléphone enregistrés dans les banques. « Le couple DPS2 et *instant payment* crée de nouveaux usages et le *peer-to-peer* sera un moyen de paiement incontournable dans l'économie collaborative notamment », estime Régis Folbaum, directeur des paiements de la Banque Postale. « Nous visons à permettre l'activation du *peer-to-peer* Paylib à l'ensemble des clients des banques, ce qui facilitera d'autant plus les usages quand l'*instant payment* sera totalement effectif en France. Notre ambition est d'être le moyen de payer préféré des français sur mobile en toutes circonstances. Nous devrions peser de l'ordre du milliard de transactions d'ici trois à quatre ans », avance Vincent Duval.

#### L'avenir de la CB : la biométrie

« La différence est quand le mobile est capable de créer un écosystème, avec des éléments à valeur ajoutée tels que des coupons de réduction, des points de fidélité, du CRM... Au niveau mondial, le paiement mobile qui marche le mieux, c'est Starbucks », explique Régis Folbaum. « Je suis sûr que le paiement mobile est l'avenir, on pourra payer partout dans

le monde, et payer pour tous types de transactions, renchérit Olivier Gabrielli, responsable innovation et paiements digitaux chez Mastercard France. Par exemple le paiement des titres de transport génère un grand nombre de transactions sans contact: aujourd'hui à Londres on peut payer le métro ou le bus avec une carte sans contact ou un mobile. Nous poussons également pour ces usages auprès de villes françaises, comme par exemple à Chartres. »

« Les résultats du paiement mobile ne sont pas un échec : on a constaté un triplement de l'usage de Paylib sans contact depuis le début de l'année », indique Julien Claudon. « Le bénéfice de passer au mobile n'est pas encore évident, les consommateurs sont satisfaits de leur carte bancaire. Il faut une phase d'adaptation puis viendra le décollage. Les clients qui l'utilisent déjà constatent une facilité d'usage, le téléphone est plus à portée de main que la carte bancaire et il y a un réel intérêt de pouvoir payer tout montant sans contact », ajoute le responsable cartes et digitalisation de l'offre chez Société Générale.



Selon des estimations du groupement des cartes bancaires CB, le nombre de transactions par mobile pourrait doubler voire quadrupler en 2018, pour atteindre 10 à 20 millions. « L'usage du mobile va se développer mais il ne remplacera pas la carte bancaire, c'est un complément », précise Julien Claudon.

La carte bancaire est le moyen de paiement préféré des Français : elle a représenté 52,6 % des paie-

ments scripturaux en 2016, selon des chiffres de la Banque centrale européenne. La France se situe ainsi au-dessus de la moyenne européenne (49 % en Europe et 42 % pour les pays de la zone euro). La carte bancaire a d'autant moins dit son dernier mot face au mobile que son avenir s'écrit aujourd'hui dans la technologie biométrique : à l'instar du mobile, la carte intègre un capteur d'empreinte digitale qui permet de valider le paiement

sans taper son code, sans plafond de paiement. Mastercard a annoncé début octobre travailler sur une solution de carte biométrique qui devrait être prête début 2019.

Société Générale a lancé également en octobre une expérimentation d'une carte biométrique sur quelques centaines de testeurs, dont elle tirera le bilan mi-2019, en vue peut-être d'un déploiement commercial plus large.

ÉMILIE LÉVÊQUE

## **interview** Angelo Caci, directeur général du cabinet de conseils Syrtals-cards, analyse l'avenir du paiement sans contact, entre cartes et mobiles.

« Je ne crois pas à une érosion rapide de la carte en faveur du mobile ».



Angelo Caci

### **Le paiement mobile est encore confidentiel en France. Pourquoi ?**

Tout d'abord, dans la plupart des pays développés et c'est particulièrement vrai en France, nous ne sommes

pas démunis de services de paiement qui donnent pleinement satisfaction au grand public. Et l'on pense en premier lieu à la carte bancaire qui peut être utilisée en toute circons-

### **La bonne alchimie n'a jamais été trouvée en matière de paiement mobile.**

tance, en proximité et en e-commerce. La seconde raison tient au succès de la carte sans contact même si chacun sait qu'imposer ce nouveau geste de paiement a nécessité plusieurs années et éléments convergents. Dès lors, il n'est guère surprenant qu'aujourd'hui la majorité des Français sortent plutôt leurs cartes sans contact que leurs smartphones pour payer dans leurs magasins favoris. La troisième raison est liée à la diversité des technologies et des offres qui ont (co)- existé au fil des ans et au sempiternel problème de la poule et de l'œuf quand il s'agit de conjuguer un parc d'acceptation et un nombre d'utilisateurs suffisants pour que la « mayonnaise » prenne. Il faut aussi que chaque acteur concerné y trouve son compte, que la

mise en œuvre des solutions soit aisée et que le bénéfice final soit supérieur aux autres usages de sorte qu'il s'impose naturellement.

Or, force est de constater que pendant près de 10 ans, la bonne alchimie n'a jamais été trouvée en matière de paiement mobile. Heureusement, depuis quelques années, nous sommes sortis de cette enlèvement à la faveur d'autres facteurs : montée en puissance de smartphones toujours plus sophistiqués ; avènement du mode opératoire HCE (disponible sur certaines générations de téléphones Android) et des services de tokenisation qui autorisent l'enrôlement plus aisé des cartes des émetteurs et une mise en marché plus rapide des services de m-payment ; recours à d'autres technolo-

gies comme QR Code aux côtés du NFC... jusqu'à l'arrivée des X-Pay il y a quelques années et depuis 2016 en France.

### Quelles sont les raisons du succès du paiement mobile en Chine ?

La Chine est depuis plusieurs années le champion du monde du paiement mobile. Les raisons sont multiples pour expliquer cette situation. Tout d'abord, la Chine compte plus d'1,3 milliard de clients de téléphonie mobile dont 80 % en 4G, et 98 % des usages Internet sont des usages mobiles. Le développement du e-commerce et des *market places* a été tel qu'il a donné naissance à plusieurs géants du web, Alibaba et Tencent en tête.

Ces géants du e-commerce ont rapidement imposé leurs propres solutions de paiement Alipay et Tenpay et se sont positionnés en tiers/marques de confiance pour le paiement. Tencent a de surcroît eu la bonne idée de surfer sur la puissance de son service de messagerie Wechat (un milliard d'utilisateurs) et sur la tradition des « enveloppes rouges » en Chine pour démocratiser à très grande échelle son service WechatPay.

C'est ainsi que forts de leurs centaines de millions de clients dûment enrôlés et connus, Alipay et Wechatpay renforcent leur hégémonie : en rendant leurs modes de paiement universels et omni-canal (plus de 10 millions de points de vente physiques les acceptent en Chine, en tout lieu et de toute taille), en créant des portails de services toujours plus riches (taxi, restaurant, factures, services publics, santé, transport public,...)

dont ils contrôlent les contenus et dont les usagers sont de plus en plus attachés, en exportant leur modèle et accompagnant la vague de touristes chinois qui veulent utiliser leurs méthodes de paiement favorites lorsqu'ils voyagent en Europe ou en Amérique du Nord, enfin, en adoptant la technologie QR Code compatible avec le plus grand nombre d'OS et types de téléphones, ils se sont affranchis d'une dépendance éventuelle vis-à-vis des fabricants de smartphones et des opérateurs mobiles. Aujourd'hui, aux côtés des mastodontes que l'on a cités plus haut, il y a aussi d'autres promoteurs de services de m-payment en Chine tels que ApplePay, SamsungPay, GooglePay, Baidu Wallet..., accélérant encore plus le processus de transformation vers une société « cashless ».

Le marché du paiement mobile en Chine est estimé à plus de 5 000 milliards de dollars, un chiffre qui donne le tournis et qui est sans commune mesure avec les autres pays.

### Le paiement mobile a-t-il un avenir en France ?

Il est évident que le paiement mobile en France ne pourra que progresser, d'autant plus que les offres actuelles vont gagner en maturité, que la plupart des banques (qui sont les premiers émetteurs de cartes en France) vont généraliser des accords avec les X-Pay ou promouvoir leurs propres solutions comme Paylib, et que les commerçants vont proposer des modes de paiement mobile à leurs marques pour mieux servir et fidéliser leurs bassins de clientèle. La grande question, c'est à quelle vitesse ?

Je ne crois pas à une érosion rapide de la carte en faveur du mobile pour les raisons suivantes : volumes de cartes en circulation, praticité de la carte sans contact, poids des habitudes, confiance en la carte, geste équivalent entre carte et mobile pour le paiement de proximité...

Il y aura bien sûr des franges d'utilisateurs (on pense aux plus jeunes, millenials et autres urbains pressés ou « accros ») qui switcheront plus rapidement vers le paiement mobile sans contact et pourraient par conséquent moins utiliser les cartes qu'ils ont aussi dans leurs poches, mais l'adoption sera progressive.

paiement mobile : l'avènement de l'*instant payment* couplé avec le mobile pourrait occasionner d'autres motivations à l'usage du téléphone pour effectuer une transaction dans les diverses configurations (in-store, on-line, PtoP), une marque communautaire de paiement mobile pourrait s'imposer et devenir la marque de référence comme l'a été la carte lors des décennies précédentes, des *incentives* seraient accordées afin de favoriser l'usage du smartphone, un acteur réussirait à créer un portail de services mobiles (incluant nativement la fonction de paiement) qui offrirait un niveau de service et une commodité imbattables, comme les

## L'avènement de l'*instant payment* couplé avec le mobile pourrait occasionner d'autres motivations à l'usage du téléphone.

Avant que le paiement mobile ne devienne un vrai mode de paiement transversal et généraliste comme la carte, je crois plus, en termes de décollage, à une succession de segments/situations/contextes que le paiement mobile pourra bien adresser pour vraiment donner du sens et des bénéfices significatifs, par exemple : transport et transit, restauration, « mobile *pre-order & pay* », prépayé, titres restaurant, tourisme, communautés (ex festivals ; événements ; enceintes sportives...), wallet marchand.

Néanmoins, il pourrait – qui sait – y avoir des facteurs changeant la donne ou à minima accélérant une adoption plus massive du

Alipay et Wechatpay l'ont fait en Chine.

Concluons par une de mes convictions fortes voire une certitude : nous allons assister à une cohabitation entre les différents instruments de paiement (les anciens et les plus nouveaux : espèces, cartes, SDD/SCT, chèque, mobile) ainsi qu'à une autre cohabitation entre les différentes méthodes et marques de paiement mobile (les internationales, nationales, universelles, verticales, privatives, prépayées, multi- ou mono applications...) jusqu'à une phase sans doute inéluctable de consolidation au regard des résultats affichés par les uns et les autres. **PROPOS RECUEILLIS PAR E.L.**