



Les nouveaux moyens de paiement vont-ils remplacer notre « vieille » carte de crédit ?

Par Cédric Chanoine,
spécialiste des services financiers et senior manager du cabinet Colombus Consulting



Le marché des moyens de paiement connaît depuis les années 2000 d'importants mouvements. De nouvelles solutions et acteurs sont régulièrement mis au devant de la scène en particulier dans le domaine des paiements pour les particuliers. Qu'ils s'agissent de mPaiement (sur mobile) ou ePaiement (sur internet), l'essor de ces nouvelles solutions restent encore en devenir sous l'effet de plusieurs phénomènes.

Des situations de départ très hétérogènes

Au niveau mondial, la répartition de l'utilisation des moyens de paiement est très variable d'un pays à l'autre. A titre d'exemple, la carte bancaire n'est utilisée que dans moins de 20% des paiements en Allemagne tandis que les Américains l'utilisent dans plus de 65% des cas. Plusieurs critères rentrent en ligne de compte dans l'adoption des moyens de paiement : on peut notamment citer les habitudes culturelles, la maturité des technologies déployées sur le marché, la volonté gouvernementale de traçabilité des échanges financiers,

le niveau de confiance des particuliers envers le système bancaire ainsi que le coût d'exploitation et d'utilisation des différents supports. Le dernier baromètre MPRI (Indice de préparation aux paiements mobile) publié par Mastercard faisait apparaître la France au 23ème rang en terme de maturité sur 34 pays analysés.

Une offre qui n'est actuellement pas stabilisée

De nouvelles offres apparaissent quotidiennement sur le marché. Pour les particuliers, quatre grands domaines d'usages se développent : Les facilités de paiement sur les sites de e-commerce (Paypal, Google Wallet...), le paiement via mobile (Apple Pay, Zapper...), le paiement entre particulier (Kwixo, S-money...) ainsi que l'apport de services autour de l'acte de paiement (offre promotionnelle...). La multiplicité des offres proposées et les contraintes d'utilisations associées (compatibilité des équipements, taille du réseau d'acceptation,...) rendent difficile la compréhension du marché par le consommateur et l'adoption de ces nouvelles solutions auprès d'un large public.

Des cartes de crédit qui se modernisent

Face aux nouvelles solutions de paiement, les acteurs historiques du marché (services de paiement et émetteurs bancaires) continuent à miser sur la carte bancaire comme support aux transactions. Afin de rester compétitive, la carte évolue pour s'adapter aux nouveaux usages attendus par les consommateurs. On citera par exemple le déploiement des puces NFC (pour le paiement sans contact) qui équipent déjà plus de 30 millions de cartes de paiement soit environ 1/3 de l'ensemble de

celles en circulation en France. Autre innovation très récente proposée par Mastercard, un prototype de carte de crédit équipée d'un lecteur d'empreintes digitales pour autoriser des paiements de grande valeur sans obliger l'utilisateur à saisir un code PIN.

La sécurité reste une attente essentielle

Le niveau de sécurité reste l'une des exigences essentielles d'un moyen de paiement pour le consommateur et pour les marchands. L'arrivée des nouvelles solutions de paiement fait évoluer les techniques de fraude. Largement relayées dans la presse, d'importantes attaques de sites de eCommerce ont fortement marqué l'opinion publique ce qui conduit à beaucoup de méfiance de la part des consommateurs envers les nouvelles solutions.

Dans ce contexte, la transition vers les nouveaux de moyens de paiement, notamment en France, reste encore en devenir. Notre « vieille » carte de crédit a ainsi encore de belles années devant elle. Elle continuera à générer d'importants profits pour les acteurs historiques du secteur qui devront néanmoins faire preuve d'innovation pour rester compétitif vis-à-vis de nouveaux entrants sur le marché.

Cédric Chanoine a 14 ans d'expérience dans le conseil en organisation, l'amélioration de la performance et la conduite du changement dans le secteur des Services Financiers. Diplômé de Centrale Lyon et de l'EM Lyon, Cédric intervient dans le cadre de définition de nouvelles organisations, de conception de plans stratégiques et d'efficacité opérationnelle ainsi que sur le cadrage et l'accompagnement de programme de transformation complexe.