

LA RÉVOLUTION DU PAIEMENT



*Tap to pay,
orchestrateur
de paiement et
tokenisation*

CGI BUSINESS
CONSULTING



INTRODUCTION

Le monde du paiement, si feutré d'ordinaire, est en pleine effervescence depuis l'émergence de ces nouveaux modes de paiement. Plus sûrs, agiles ou véloces, ils répondent aux nouvelles attentes des consommateurs.

Au cœur de cette révolution se trouvent la simplicité et la personnalisation, des éléments clés de l'expérience de paiement.

L'émergence des portefeuilles numériques, du sans-contact et des orchestrateurs de paiement sont autant de réponses aux attentes des consommateurs pour accélérer, sécuriser et personnaliser le processus. Les améliorations en matière de sécurité ont également joué un rôle essentiel. Avec des fonctions telles que la tokenisation, la confiance dans la sécurité des transactions numériques a été renforcée.

54% des Français ont déjà renoncé à leur panier, s'ils ne voient pas leurs moyens de paiement de confiance lors de la validation du panier. Comment l'orchestrateur de paiement et la solution Tap to Pay répondent-ils à ces enjeux ?



TAP TO PAY

Tap to Pay est une solution qui offre la possibilité aux commerçants de transformer n'importe quel smartphone ou tablette, équipé de NFC, en terminal capable d'accepter les paiements par carte bancaire. Cette solution offre deux options de paiement :

- Paiement sans contact sans saisie du code PIN pour les transactions d'un montant inférieur à 50 €.
- En sans contact avec saisie du code PIN pour un montant supérieur à 50 €. Le code PIN est tapé sur le smartphone ou la tablette du vendeur.

Se positionnant comme une véritable alternative aux solutions traditionnelles, Tap to Pay permet de payer de manière sécurisée en partageant des informations cryptées. Cette solution d'encaissement transforme véritablement la dernière étape de l'expérience d'achat.

ORCHESTRATEUR DE PAIEMENT

Il y a quelques années, lorsqu'un e-commerçant souhaitait ajouter un nouveau moyen de paiement ou s'établir sur un nouveau marché, il devait nécessairement passer par une nouvelle intégration entre son site web et le système de paiement. Chaque interruption de service d'une passerelle de paiement impactait directement son chiffre d'affaires.

L'orchestrateur de paiement est une plateforme tierce qui centralise et supervise la gestion des transactions et l'ensemble du processus de paiement de bout en bout. L'orchestrateur joue le rôle de facilitateur et utilise les données et les connexions à de multiples services de paiement pour offrir une expérience de paiement optimisée aux clients et un revenu maximal aux commerçants.

Il s'agit de maximiser la conversion des paiements de la manière la plus rentable.

Zoom sur un cas d'usage

Square, solution de paiement, a élargi son offre de service en 2024 en ajoutant Tap To Pay sur Iphone à son catalogue destiné aux entreprises françaises. Square met en avant plusieurs avantages de ce service, comme la possibilité pour les professionnels mobiles, tels que les livreurs, d'accepter des paiements sans contact où qu'ils se trouvent.



Part des transactions réalisées en mobilité dans les 4 points de ventes parisiens où la solution est installée.

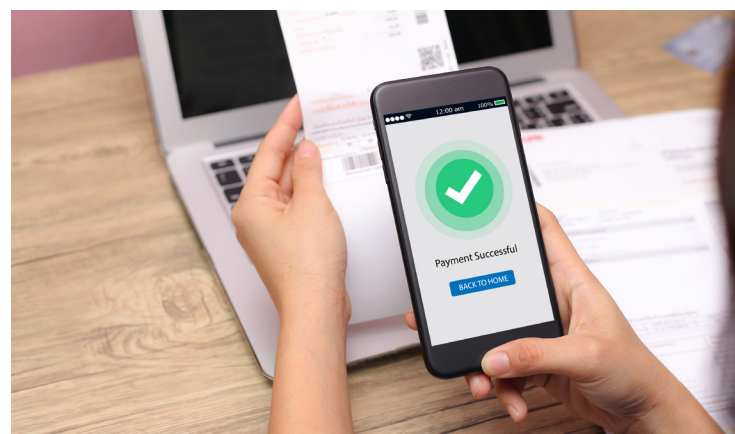
Source : LSA, 2024

Concrètement, l'orchestrateur de paiement permet aux entreprises d'activer en quelques clics un large catalogue de méthodes de paiement sans les contraintes techniques et financières habituelles. Cela permet une augmentation des taux d'acceptation et une personnalisation des options pour les clients, garantissant une expérience de paiement fluide et sans interruption.



Soit la taille du marché en 2023 pour les plateformes d'orchestrateur de paiement (USD 1.39 billion)

Source : <https://www.grandviewresearch.com/>





→ Comment ça fonctionne ?

- 1 Le client réalise ses achats en ligne, se dirige vers la page de paiement et sélectionne le moyen de paiement qui lui correspond.
- 2 Les données sont traitées par l'opérateur de paiement offrant la meilleure performance et les informations sont transmises à l'acquéreur afin d'autoriser le paiement auprès de sa banque.
- 3 Si le paiement est refusé, l'orchestrateur peut réorienter le flux vers un autre opérateur.

L'ensemble de ces étapes se déroule en quelques secondes et sont totalement transparentes pour le consommateur



→ Quelques exemples

 **DECATHLON**

 **Purse**

Decathlon a intégré la solution Purse pour proposer à ses clients un large choix de partenaires et de méthodes de paiement en local. Cette intégration permet à la marque d'appuyer sa stratégie d'internationalisation.


ACCOR


ShareGroup

ACCOR a choisi l'orchestrateur de paiement Sharegroup afin de sécuriser les paiements en ligne par carte bancaire mais également pour se développer rapidement à l'international.



TOKENISATION

La tokenisation est un moyen de convertir des données bancaires en identifiants uniques appelés tokens (ou jetons en français). Elle permet de sécuriser des données sensibles en remplaçant les informations de cartes et comptes bancaires par des actifs numériques ou biens électroniques.

Lors d'un paiement, cela génère un token associé au compte bancaire qui place les informations sensibles à l'abri. Le token ne pourra être utilisé que lors d'une transaction ultérieure sans exposer les informations sensibles de l'utilisateur.

La tokenisation permet ainsi d'enregistrer de manière sécurisée les informations de paiement des utilisateurs, ou encore de simplifier le paiement en un clic chez les commerçants. Ces derniers peuvent donc se conformer aux réglementations liées à la protection des données (PCI DSS).



L'adoption de ces modes de paiement présente des avantages qui transforment l'expérience d'achat

Avantages pour les clients:

- Personnaliser le moyen de paiement
- Réduire les abandons de panier et accélérer le passage en caisse
- Améliorer l'expérience client
- Sécuriser le paiement et les informations clients
- Faciliter l'authentification et le paiement

Avantages pour les entreprises:

- Diversifier les services et moyens de paiement
- Réduire les coûts d'équipements
- Gagner en agilité
- Faciliter la contractualisation avec l'ensemble des moyens de paiement
- Augmenter l'engagement client
- Réduire les risques de fraude
- Faciliter l'entrée sur les marchés et le développement à l'international

Comment se traduit la tokenisation chez Cartier

Cartier a mis en place des systèmes de tokenisation des paiements pour protéger les informations des cartes de crédit de ses clients. En remplaçant les numéros de carte par des jetons uniques pour chaque transaction, Cartier garantit ainsi à ses clients que leurs informations sensibles ne sont jamais directement exposées, réduisant ainsi les risques de fraude et améliorant la sécurité des transactions.





COMMENT CGI BUSINESS CONSULTING ACCOMPAGNE SES CLIENTS

Le Tap To Pay chez un acteur majeur de la Cosmétique

Tap to Pay chez un acteur majeur de la Cosmétique
Afin de renforcer sa position d'acteur innovant face à une concurrence accrue et aux exigences de paiements rapides et sécurisés, cet acteur majeur de la cosmétique nous a sollicités pour l'aider à implémenter Tap To Pay à son système de caisse existant.

CGI Business Consulting a accompagné ce client dans la mise en place de la gouvernance et d'une approche itérative produite avec un Proof Of Concept des magasins pilotes cibles.

Nous sommes également intervenus dans la conception du design des écrans et la redéfinition du parcours client pour améliorer l'expérience collaborateur/ vendeur.

Ce qui a conduit à une réduction de la file d'attente, une sécurité du paiement et pour la marque à une augmentation du taux d'usage de l'encaissement mobile jusqu'à 60% dont 40% des transactions traitées via Tap to Pay.

La tokenisation chez un acteur du Ready To Wear

Afin d'améliorer l'expérience client lors du process de détaxe en magasin, cet acteur du prêt à porter a fait appel à CGI Business Consulting pour l'aider au choix de la solution, de sa mise en place jusqu'à la formation de l'ensemble de ses équipes.

A la clé, un nouveau système avec l'intégration du remboursement client via la tokenisation de sa carte bancaire et la détection d'un client encarté ou non.

Avantages pour le client : simplification du process de détaxe et amélioration de son expérience client et pour la marque, augmentation de son taux d'usage de 9%.

Plus de 123 boutiques ont été déployées en France et en Europe et 38% de l'ensemble des détaxes sont désormais réalisées via tokenisation.



CONCLUSION

Au travers de cet observatoire sur les nouvelles tendances en matière de moyens de paiement, nous notons que le bénéfice est double à la fois pour les clients et les retailers. Cela amène de la fluidité, une personnalisation et une expérience différenciante. C'est ce qui permet aujourd'hui aux marques de se démarquer et d'accroître à la fois leurs ventes mais de réduire également l'ensemble des frictions au moment du dernier maillon du parcours d'achat du client, le paiement en ligne ou le passage en caisse.



CONTACTS



Delphine Duée
Directrice Retail & Luxe
delphine.duee@cgi.com



Thierry Helou
Manager Retail
thierry.helou@cgi.com



Ophélie Ouzounian
Consultante Retail & Luxe
ophelie.ouzounian@cgi.com

Chez CGI Business Consulting, cabinet de conseil majeur en France, nous sommes audacieux par nature.

Grâce à son intimité sectorielle et à sa capacité à mobiliser des expertises diverses, CGI Business Consulting apporte aux entreprises et aux organisations des solutions de conseil audacieuses et sur mesure, pour une réussite stratégique et opérationnelle de leurs projets de transformation.

Nos 1 000 consultants accompagnent nos clients dans la conduite et la mise en œuvre de leurs projets de transformation, dans une relation franche et de confiance, pour leur permettre de prendre les bonnes décisions.

Fondée en 1976, CGI figure parmi les plus importantes entreprises de services-conseils en technologie de l'information (TI) et en management au monde. Elle aide ses clients à atteindre leurs objectifs, notamment à devenir des organisations numériques axées sur le client.



L'audace par nature