

Les stratégies dans le paiement

Banques, retailers, acteurs spécialisés, fintechs, GAFA : comment capitaliser sur le paiement pour en faire une force ?

LesEchos
ÉTUDES

SOMMAIRE

Synthèse	6		
Partie 1 Les drivers de l'innovation dans le paiement	23	Partie 3 Perspectives et stratégies gagnantes dans le paiement	136
1.1. Les facteurs externes : nouvelles technologies, attentes des clients, évolutions dans le retail, etc.	24	3.1. Caractéristiques du marché du paiement et évolution du contexte concurrentiel	137
1.2. Enjeux et stratégies des acteurs dans le paiement	63	3.2. Quels modèles gagnants ?	146
Partie 2 Cartographie de l'innovation dans le paiement et l'encaissement	91		
2.1. Les moyens de paiement	92		
2.2. Les technologies en magasin	109		
2.3. Les solutions pour le e-commerce	123		
2.4. Les nouveaux services pour créer de la valeur autour du paiement	128		


[Retour au sommaire](#)

1. Les drivers de l'innovation dans le paiement

1.1. Les facteurs externes : nouvelles technologies, attentes des clients, évolutions dans le retail, etc.

NFC, BLE, RFID et MST : quelles utilisations des différentes technologies de communication ?

La **RFID** (Radio Frequency Identification) est une technologie d'identification automatique qui utilise les fréquences radio. Afin de transmettre des informations à un lecteur, **une étiquette RFID est dotée d'une puce électronique et d'une antenne.**

- **Cartes de transport** : Pass Navigo par exemple ;
- **Étiquettes de produits pour comptabiliser rapidement les achats** : Nespresso, Décathlon ou Etam en France par exemple. Cette technologie est peu adaptée à la grande distribution alimentaire du fait de son coût unitaire important : 5 à 10 centimes.

Le **BLE** (Bluetooth Low Energy) est une évolution du Bluetooth qui consomme moins d'énergie et qui ne nécessite pas d'appariement. Le Bluetooth Low Energy peut fonctionner sur des distances de 10 mètres contrairement, par exemple, à la technologie NFC.

- **Beacons** : Paypal utilise les balises de microlocalisation pour le paiement sans contact ;
- **Paiement** : Lydia a inclus le BLE parmi ses méthodes de paiement. Grâce au Bluetooth, l'application peut afficher les personnes à proximité pouvant recevoir un paiement Lydia. Les fonctions paiement et encaissement sont possibles avec un iPhone mais l'encaissement n'est pas disponible sous Android.

La technologie **MST** (Magnetic Secure Transmission) imite la bande magnétique des cartes bancaires : elle permet de transmettre un signal magnétique d'un smartphone à un terminal de paiement. Elle est acceptée par les terminaux pouvant lire les cartes magnétiques mais pas dans les nouveaux TPE.

La technologie MST est utilisée par les applications de paiement mobile de certains constructeurs l'ayant intégré à leurs smartphones. Samsung a par exemple choisi d'utiliser cette technologie pour que le paiement mobile soit possible avec les anciens TPE. LG utilise une technologie proche (Wireless Magnetic Communication).

La **NFC** (Near Field Communication ou Communication en champ proche) est une technologie de communication de proximité sans fil. Elle permet la communication de données entre deux terminaux ou entre un terminal et un lecteur à très courte distance (quelques centimètres maximum, 3 cm en France pour le paiement sans contact). Contrairement au Bluetooth (hors BLE), aucun appariement, donc aucune installation, ne sont nécessaires.

La technologie NFC est au cœur du paiement sans contact et du paiement mobile. Tous les appareils dotés d'une puce et d'une antenne NFC peuvent devenir des moyens de paiement.

1. Les drivers de l'innovation dans le paiement

1.1. Les facteurs externes : nouvelles technologies, attentes des clients, évolutions dans le retail, etc.

Les QR Codes ont l'avantage de pouvoir être utilisés par la plupart des téléphones

Inventé en 1994 par le Japonais Denso-Wave pour Toyota afin que le constructeur puisse suivre ses pièces détachées, le QR Code est un type de code-barre. En deux dimensions contrairement à un code barre classique, il peut contenir une quantité d'informations plus importante que celui-ci.

Le QR Code peut être décodé par un lecteur de code-barre, par un téléphone via l'appareil photo ou par un ordinateur via la webcam.

Il a plusieurs applications parmi lesquelles :

- Le renvoi vers un site internet, une vidéo, une photo, etc. ;
- L'ajout d'une carte de visite ;
- Le déclenchement d'un appel ou l'envoi d'un sms/d'un email ;
- La connexion au wifi ;
- Le paiement.

L'intérêt du QR Code pour le paiement mobile est qu'il est **compatible avec tous les téléphones munis d'une caméra**. C'est pourquoi de nombreuses applications l'intègrent parmi leurs méthodes de paiement. Lyf Pay permet par exemple de payer sans contact ou grâce à la lecture d'un QR Code.

Deux solutions sont possibles :

- **Le commerçant édite un QR code que le client scanne.** En magasin, cela nécessite que le TPE soit doté d'un écran pour pouvoir afficher le code ;
- **Le commerçant scanne le QR code affiché dans l'application du client.**



En plus du paiement mobile sans contact, l'application du réseau de paiement par carte belge **Bancontact** permet le paiement par QR Code. Le terminal de paiement affiche un code qui est ensuite scanné par le client. Le remboursement peer to peer peut également se faire par QR Code. La personne devant être remboursée entre le montant du dans l'application qui génère un QR code, ensuite scanné par l'autre personne.



Mastercard a lancé en 2016 le service **Masterpass QR** pour le Moyen-Orient et l'Afrique. L'objectif est de concurrencer les services de *mobile money* en profitant de la croissance de l'équipement en smartphone. Masterpass QR ne nécessite aucun terminal de paiement pour les commerçants. Les clients scannent le QR Code du commerçant grâce à l'application Masterpass QR, entrent le montant dû et valident la transaction grâce à un code.



L'application française **Lydia** propose plusieurs méthodes de paiement, y compris le QR Code. Dans ce cas, c'est le commerçant qui scanne le code pour réaliser la transaction. Pour cela, il peut soit également utiliser un smartphone (ou une tablette) soit se servir de son lecteur de code barre. La solution de Lydia a notamment été adoptée par Franprix pour 400 de ses magasins.