Nos modes de paiement actuels et futurs

Par Jesper Domargård, directeur Marketing chez Safran Identity & Security

PAIEMENT

POSTÉ LE 05.30.17

Nous effectuons des paiements depuis très longtemps. Des biens aux marchandises et des marchandises aux espèces, les règlements ont pris des formes variées au fil des siècles. Leur développement relève plus de l'histoire de l'évolution que de la révolution, ponctuée de nouveautés apparues progressivement. Aujourd'hui, l'évolution des paiements s'articule autour de quatre axes.

1/ Des paiements toujours plus fluides, voire invisibles

Il y a quelques mois, Amazon a lancé son concept de supermarché Amazon Go : après avoir choisi vos articles, nul besoin de faire la queue pour régler. Vous pouvez simplement rentrer chez vous, puisque le règlement s'effectue sans intervention ni de votre part, ni de la part d'un caissier. Voilà sans doute l'exemple le plus frappant de la tendance consistant à rendre les paiements aussi fluides que possible. Cela peut sembler impossible ou passer pour un luxe accessible à quelques privilégiés. Et pourtant, rappelez-vous comme nous étions ébahis, il y a peu, de la facilité avec laquelle nous pouvions commander et payer notre café en seulement quelques étapes depuis l'application Starbucks ! Aujourd'hui, des millions de consommateurs dans le monde entier font cette expérience au quotidien. En Inde, la dématérialisation des paiements a fait un bond sans précédent de 1352% (source : NITI Aayog) depuis l'introduction du paiement biométrique Aadhaar Pay. Ce système de paiement permet à n'importe quel magasin ou détaillant de recevoir des paiements sans l'apport d'aucun matériel physique de la part du client. Les clients valident le paiement simplement grâce à leur empreinte digitale.

La confiance des clients est la base de toute forme de paiement, et la réglementation (p. ex. la directive européenne sur les services de paiement PSD2) devient de plus en plus stricte. Il va sans dire que les transactions fluides doivent satisfaire à des niveaux de sécurité extrêmement élevés pour gagner la confiance des consommateurs et respecter la réglementation. L'authentification biométrique est un exemple de tendance combinant critères de sécurité exigeants et commodité, tout comme la méthode de l'authentification selon le risque, qui ajuste le niveau d'authentification au risque de la transaction.

2/ Quand le paiement va bien au-delà du paiement

Les paiements ne se cantonnent aujourd'hui plus au simple règlement, mais s'étendent à des services en amont et en aval offrant une réelle valeur ajoutée aux clients. L'utilisation des mégadonnées de paiement au profit d'un pré-paiement intelligent permet aux commerçants d'adapter leur marketing de manière quasiment personnalisée et en grande partie immédiate. La chaîne américaine Macy's utilise ainsi des beacons pour proposer des offres à ses clients en fonction de l'endroit où ils se trouvent dans un magasin. La solution HCE (« Host Card Emulation ») de BBVA constitue

un exemple particulièrement abouti de services de post-paiement à valeur ajoutée : elle permet de soumettre immédiatement aux clients une proposition de crédit (sur leur smartphone) lorsqu'ils effectuent des achats depuis l'application BBVA.

3/ Un nombre croissant d'outils de paiement

Il y a encore quelques années, nous avions principalement trois manières de payer : nous pouvions donner des pièces et/ou billets à quelqu'un, introduire une carte dans le terminal de paiement d'un commerçant ou remplir un morceau de papier pour informer notre banque de notre souhait de transférer de l'argent d'un compte à un autre. Aujourd'hui, nous réglons nos courses Uber sans rien faire dès que notre chauffeur confirme la fin du trajet. Nous (commandons et) payons notre pizza Domino's depuis notre application. Aux États-Unis, et bientôt dans de nombreux autres pays, il est possible de rembourser les 20 dollars dus à un ami en tapant « $20 » depuis le chat Facebook Messenger, et même de demander à un agent conversationnel « pay Joe $20 ». Finie l'époque où nous devions garder nos portefeuilles sur nous à tout instant : nous réglons maintenant nos achats avec notre bracelet, notre porte-clés à télécommande, notre smartphone ou notre montre. Nous surfons sur Internet pour trouver la meilleure offre de machine à laver et payons en sélectionnant la fonction d'authentification MasterCard, puis en prenant un selfie. Bientôt, nous demanderons à notre réfrigérateur de (commander et) payer cinq litres de lait. Et la liste ne cesse de s'allonger. Ces dernières années, le nombre de modes de paiement auxquels les consommateurs ont accès a véritablement explosé.

4/ Un nombre croissant d'interfaces de paiement

Les interfaces de paiement sont étroitement liées aux outils de paiement. Bientôt, les dames d'un certain âge qui, devant les portes de votre supermarché, vous demandent de la monnaie pour une oeuvre de charité seront munies non plus de leur vieille boîte de récupération, mais d'une petite boîte en plastique dotée d'une puce de paiement sans contact, sur laquelle vous pourrez placer votre carte pour donner le montant de votre choix. Avez-vous déjà fait l'expérience désagréable de patienter pendant 30 minutes avant de pouvoir commander une bière ? Dans certains pubs, vous pouvez déjà payer votre bière directement à la pompe à bière grâce à une carte prépayée sans contact et vous servir vous-même. Si vous vivez en Grande-Bretagne et conduisez une Jaguar, vous pouvez déjà payer votre plein dans les stations Shell depuis votre tableau de bord. Quant aux clients de Tata Sky et de Mahanagar Gas, en Inde, ils rechargent leurs comptes et paient leurs factures en scannant un code QR affiché sur leur téléviseur ou imprimé sur un décompte papier.

Que conclure de tout cela ? Qu'il est fort probable que les modes de paiement poursuivent sur la lancée de leur évolution sans fin. Mais cela se fera sûrement autour d'autre axes tels que les paiements entre machines et les livres de comptes ouverts ou partagés, notamment la technologie de registre des transactions « Blockchain ».