

# Le paiement prend le virage du numérique

Entretien avec Philippe Bertiaux, vice-président et directeur général de l'entité Paiement de Morpho et Jérémie Leroyer, Directeur Général de l'Unité d'Affaires « Paiement mobile » de Morpho

# PAIEMENT

POSTÉ LE 05.17.16

Le monde des paiements, révolutionné par le basculement vers le numérique, connaît une évolution fulgurante. Nous avons demandé à Philippe Bertiaux, vice-président et directeur général de l'entité Paiement de Morpho et Jérémie Leroyer, Directeur Général de l'Unité d'Affaires « Paiement mobile » de Morpho, de nous expliquer les grandes tendances du marché des paiements ainsi que les aspects que doivent prendre en compte les banques et établissements financiers pour réussir la transition vers le numérique.

[Selon vous, quelles sont les principales évolutions sur le marché des paiements ?](#)

**Philippe Bertiaux:** « Aujourd'hui, trois grandes tendances se dessinent sur le marché des paiements. Jusqu'à présent, la solution de paiement numérique la plus évidente tournait autour de la carte bancaire. Après des décennies de carte à piste magnétique, la carte à puce ou EMV (Europay MasterCard Visa) s'impose progressivement dans le monde entier. Ce nouveau standard représente un niveau de sécurité bien plus élevé. Morpho est un acteur central de la **migration vers le standard EMV** qui se déroule actuellement en Europe, aux États-Unis, en Inde ainsi qu'en Amérique latine et Amérique centrale.

Les cartes à puce sont couramment utilisées en Europe depuis des années, par exemple, grâce à Morpho. Morpho profite également de sa base de clients aux États-Unis pour y promouvoir la technologie EMV. Et tandis que l'Inde s'apprête à lancer son programme de cartes à puce, Morpho, qui dispose déjà de plusieurs implantations dans le pays, s'apprête à lui fournir son expertise. Très présent en Amérique latine depuis des années, Morpho fait bénéficier tous les établissements financiers de son expertise en vue de la migration vers la carte à puce.

La plupart des banques en Amérique latine et centrale ont alors été confrontées au besoin de personnaliser leurs cartes EMV pour un coût minimal, au moyen d'une procédure simple et sécurisée, sans devoir faire intervenir un expert interne. Morpho a su répondre à cette demande avec sa suite de personnalisation TAURUS, qui a reçu un excellent accueil. Cette solution permet aux banques de rester concentrées sur leur cœur de métier pendant que Morpho gère les questions de gestion des clés, de préparation des données, de personnalisation EMV et de traitement des fichiers. Aujourd'hui, 21 établissements financiers de la région profitent de cette solution sécurisée et peu coûteuse pour mener à bien la migration.

Deuxièmement, nous identifions une nette **migration vers les technologies de paiement sans contact** sur le marché, un processus qu'accompagne Morpho de près. Les clients, les commerçants et les banques ont découvert les avantages du paiement sans contact, pratique et rapide. Les clients l'adorent : comme il suffit d'approcher sa carte, le paiement est plus rapide, ce qui réduit le temps d'attente. La carte sans contact peut même rester dans le sac ou le portefeuille

pendant le règlement. Le paiement sans contact peut ainsi devenir un argument de séduction de clientèle pour une banque. En outre, passer du paiement avec contact au paiement sans contact offre aux banques l'opportunité de proposer des services supplémentaires à leurs clients, par exemple le contrôle d'accès, ou les transports en commun, etc.

Le secteur des cartes en Colombie en est un exemple intéressant. Dans ce pays, nous accompagnons nos clients dans des projets dits « à double interface » (contact/sans contact) mais, surtout, nous les aidons à trouver de nouvelles manières de générer de la valeur ajoutée pour les utilisateurs. La plupart des cartes à double interface servent également à accéder au réseau de transports en commun des grandes villes colombiennes. À Bogota, la société qui exploite le réseau a développé sa propre application, que Morpho personnalise et charge sur la carte à puce à double interface. Les clients de ces banques utilisent de plus en plus leurs cartes de paiement au quotidien ; grâce à Morpho, leurs vies sont plus faciles et moins risquées. »

**Jérémie Leroyer ajoute :** « La troisième évolution, et non des moindres, concerne l'importance croissante des **solutions de paiement mobile** pratiques et sécurisées. Son principal vecteur est l'utilisation du smartphone comme moyen de paiement. Chez Morpho, nous sommes déjà prêts à offrir des services de paiement mobile. Nous proposons des solutions de paiement mobile reposant sur l'émulation de carte, ou HCE pour Host Card Emulation. Le HCE émule le fonctionnement d'une carte dans le cloud.

Ce modèle offre plus d'indépendance aux établissements financiers pour développer des services de paiement mobile. Il permet en outre, grâce à la technologie d'AirTag acquise par Morpho, de remplacer le numéro de carte par un jeton à usage unique (« tokenization ») et renouvelle l'expérience utilisateur en matière de paiement mobile (association entre les solutions de paiement pour commerce électronique, les procédures « Know Your Customer » ou KYC et les solutions d'inscription de Morpho). Notre nouveau produit AIRPASS en constitue un bon exemple : il s'agit d'une plateforme de paiement numérique pour établissements financiers proposant un paiement rapide et sécurisé en boutique, sur le web ou dans une application en se servant des informations de paiement stockées sur un support sécurisé ou dans le cloud. Parallèlement, nous investissons dans le développement de nouveaux moyens de paiement mobiles, comme par exemple des autocollants passifs ou d'autres vêtements connectés ; par exemple, les bracelets sont de plus en plus demandés en Europe pour les grandes manifestations sportives ou les concerts.

Pourquoi soutenons-nous ces évolutions ? Parce que nous savons déjà que le paiement mobile sans contact via NFC facilite grandement les transactions de proximité. De plus, de nombreuses alternatives sans contact décuplent le nombre de transactions dématérialisées et participent à l'inclusion financière sur le marché. Le paiement sans contact a révolutionné le règlement en boutique et ouvre la porte à toute une constellation d'innovations déterminées par les clients. »

[Comment voyez-vous le rôle de Morpho sur le marché du paiement en pleine révolution ?](#)

**Philippe Bertiaux :** « Nous nous considérons comme un partenaire des banques et des autres établissements financiers dans leur transition vers le numérique. Nous aidons nos clients à mettre en place des solutions de paiement à forte valeur ajoutée reposant sur les terminaux mobiles. Morpho, en tant que leader mondial de la sécurité numérique et de l'authentification biométrique, est l'une des rares sociétés dont l'expertise couvre tout le champ du paiement numérique. Nos produits et solutions sont entièrement tournés vers les paiements physiques et numériques ainsi que les services associés. Nous sommes le numéro un mondial de la biométrie : nous maîtrisons toute la chaîne de valeur de l'identité numérique et avons l'offre la plus complète du marché, de l'acquisition d'identité à l'authentification graduée en passant par la sécurisation des transactions et la protection des données. Morpho permet aux banques de proposer à leurs clients les services qu'ils sont en droit d'attendre dans notre monde de plus en plus connecté et mobile. Ces services comprennent notamment l'authentification fluide des opérations de paiement ou encore les procédures KYC à distance grâce à la biométrie.»

**Jérémie Leroyer :** « Pour demeurer compétitives et se protéger des menaces, les banques doivent suivre les grandes évolutions technologiques et saisir les nouvelles opportunités que ces dernières apportent. Nous pouvons aider les

établissements financiers à sécuriser leurs procédures numériques, à se mettre en conformité avec la réglementation ainsi qu'à améliorer leur efficacité et leur service à la clientèle. Au fil des années, nous avons bâti une relation de confiance avec nos clients, et avons donc une compréhension plus poussée des besoins des établissements financiers et des autres acteurs du secteur du paiement. »