



DONNEZ À VOS CLIENTS  
**LE RÔLE PRINCIPAL**  
DANS LEUR EXPÉRIENCE D'ACHAT !



[Cofidis-business-solutions.fr](https://www.cofidis-business-solutions.fr) 🔍

**Paiement en 3x, 4x ... 60x !**

Avec notre offre de paiement et de crédit la plus large du marché, vous allez satisfaire tous vos clients et augmenter la taille de leur panier.

COFIDIS Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 67 500 000 euros. Siège social : Parc de la Haute Borne, 61 avenue Halley, 59866 Villeneuve d'Ascq RCS Lille Métropole 325307106 Intermédiaire d'assurance enregistrée auprès de l'Organisme pour le Registre des Intermédiaires en Assurance n°07023493 ([www.orias.fr](http://www.orias.fr))



## Dossier

### Le paiement en ligne, catalyseur de l'économie digitale et défi pour l'avenir

Le marché du paiement en ligne connaît une croissance rapide, soutenue par l'essor du commerce électronique et des technologies mobiles. Des entreprises majeures comme PayPal, Stripe et Square façonnent le secteur en proposant des solutions innovantes qui établissent de nouvelles normes pour les transactions numériques. Les fintechs telles que Revolut et Wise ont révolutionné les paiements transfrontaliers en offrant des solutions rapides et abordables, élargissant l'accès aux services financiers. En Asie, des plateformes comme Alipay et WeChat Pay ont intégré les paiements dans des super-applications multifonctionnelles, facilitant la vie quotidienne des consommateurs.

Les innovations technologiques telles que la biométrie, la blockchain et les paiements sans contact ont amélioré la sécurité et l'expérience utilisateur. L'intelligence artificielle (IA) contribue à renforcer la protection contre les fraudes et à personnaliser l'approche commerciale. Cependant, le secteur est confronté à des défis cruciaux, notamment la protection des données, l'accessibilité et la conformité aux réglementations locales et internationales.



## Le marché du paiement en ligne

Le paiement en ligne est devenu essentiel à l'économie numérique mondiale. Depuis ses débuts dans les années 1990, il s'est imposé comme un outil clé pour le commerce et les services, permettant des transactions rapides et sécurisées. L'essor du e-commerce et la généralisation des smartphones ont fait grimper le volume des transactions en ligne. La pandémie de COVID-19 a accéléré cette adoption, incitant à l'usage des paiements numériques et sans contact, et rendant ces méthodes incontournables pour assurer la continuité des affaires pendant les confinements.

Les portefeuilles numériques et les applications bancaires ont enregistré une adoption record, transformant la manière dont les consommateurs gèrent leurs finances. Par exemple, la popularité de services tels que Apple Pay et Google Pay a facilité la transition vers un paiement plus fluide et sécurisé. Cette évolution a permis d'élargir l'accès aux services financiers, même dans les régions où l'infrastructure bancaire traditionnelle était limitée.



## Les acteurs clés du secteur

Le secteur des paiements en ligne est dominé par des entreprises pionnières et des fintechs qui innovent constamment.

- **PayPal**, un des leaders historiques, a démocratisé les paiements en ligne en les rendant accessibles et fiables. Sa capacité à intégrer des options de paiement en plusieurs fois a contribué à la popularisation des achats en ligne, même pour des produits plus onéreux.
- **Stripe**, fondée en 2010, est devenue la solution préférée des développeurs et des entreprises technologiques grâce à ses API conviviales et ses services de gestion des paiements adaptés à toutes les tailles d'entreprises. Cette flexibilité a séduit des géants comme Amazon et Shopify, qui utilisent Stripe pour gérer leurs paiements à l'échelle mondiale.
- **Square**, cofondée par Jack Dorsey, a ciblé les petites et moyennes entreprises avec ses solutions de paiement faciles à utiliser, telles que les lecteurs de cartes connectés aux smartphones et les applications de point de vente. Cette stratégie a aidé de nombreux commerces de proximité à adopter les paiements numériques et à rester compétitifs.
- En Europe, **Revolut** et **Wise** ont redéfini la gestion des paiements internationaux en offrant des frais réduits et des taux de change transparents. Wise, par exemple, utilise un réseau de comptes locaux pour simplifier et réduire le coût des transferts de fonds internationaux.

- En Asie, des acteurs tels qu'**Alipay** et **WeChat Pay** ont intégré les paiements dans des écosystèmes numériques complexes, où les utilisateurs peuvent effectuer des transactions, discuter et gérer leurs finances au sein d'une seule application.

## Les innovations dans le paiement en ligne

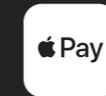
Le secteur du paiement en ligne continue de se réinventer avec des innovations qui améliorent la sécurité et l'expérience utilisateur.

- **L'authentification biométrique**, par exemple, permet de sécuriser les transactions tout en facilitant le processus pour l'utilisateur. Des technologies comme la reconnaissance faciale et les empreintes digitales, intégrées à des services tels qu'Apple Pay, ont rendu les paiements plus sûrs et rapides.
- **La blockchain** a également joué un rôle crucial en apportant plus de transparence et de sécurité aux paiements. Bien que souvent associée aux cryptomonnaies, la technologie blockchain est adoptée par des entreprises comme Ripple pour garantir des transactions internationales rapides et peu coûteuses, en contournant les systèmes traditionnels.
- Les paiements sans contact et la **technologie NFC** ont révolutionné les transactions physiques. Cette technologie est omniprésente en Europe et en Asie, où une grande partie des transactions en magasin se fait sans contact, réduisant les files d'attente et augmentant l'efficacité.

Suite page 28...

# Facilitez vos paiements

Activez plus de 35 méthodes de paiement en quelques clics.



Apple Pay



Klarna



Mastercard



+ 35 de plus



mollie.com

mollie



Révolution des Paiements en Europe :

## Comment les solutions de paiement transforment l'expérience client

*Cofidis, expert des solutions de paiement fractionné et financement, est un acteur incontournable du marché français et européen. Fort d'une expérience de plus de 40 ans, l'entreprise s'impose comme un partenaire clé pour les commerçants, grâce à son expertise des solutions de financement et sa capacité à proposer des solutions adaptées aux besoins des consommateurs et des professionnels. Que ce soit dans le retail, l'e-commerce, l'habitat ou l'automobile, Cofidis accompagne les commerçants dans l'optimisation de leurs parcours d'achat et l'intégration de solutions de paiement sur mesure. Grâce à sa présence dans neuf pays européens et à son réseau de plus de 15 000 partenaires, l'entreprise accompagne activement les entreprises autour de la transformation des modes de consommation tout en s'adaptant aux attentes des clients.*

*Rencontre avec Arnaud Le Gall, Directeur des Partenariats Cofidis France.*

### Le paiement fractionné, une solution adaptée aux nouvelles attentes des consommateurs ?

Notre étude paneuropéenne réalisée avec Harris Interactive révèle que 45 % des consommateurs européens ont changé leurs habitudes de paiement ces trois dernières années, avec une adoption accrue des facilités de paiement, notamment chez les jeunes adultes de 18 à 34 ans. En effet, le paiement fractionné est une solution de financement qui offre aux consommateurs la possibilité de mieux gérer leur budget en étalant leurs dépenses. Cette flexibilité est particulièrement appréciée dans le contexte économique actuel, où le pouvoir d'achat est souvent sous pression. Cofidis propose à ses partenaires d'intégrer ces solutions directement dans leur parcours d'achat, offrant ainsi un service supplémentaire à leurs clients.

Depuis son introduction sur le marché, le paiement fractionné n'a cessé de se développer, devenant une modalité essentielle aussi bien en point de vente

que dans l'e-commerce. Les options de paiement en 3, 4 ou 10 fois sont particulièrement populaires auprès des consommateurs. Cette solution connaît une forte croissance, en partie grâce à l'essor du commerce en ligne, mais aussi en raison des défis économiques tels que l'inflation. Les consommateurs, désireux de continuer à se faire plaisir tout en préservant leur budget, se tournent massivement vers ce type de financement.

### Pourquoi les commerçants doivent-ils intégrer des solutions de paiement adaptées ?

L'étude Cofidis montre que 45 % des consommateurs européens pourraient être dissuadés d'acheter si une enseigne ne propose pas de facilités de paiement. Ils pourraient alors choisir un produit moins cher, abandonner leur panier ou se tourner vers une autre enseigne. Intégrer ces solutions permet ainsi de limiter les pertes de ventes et de fidéliser une clientèle exigeante.

Proposer des solutions de paiement adaptées est aujourd'hui un enjeu stratégique pour les commerçants, tant dans le retail que dans l'e-commerce. Les habitudes de consommation évoluent rapidement, et les clients attendent des parcours d'achat fluides et flexibles. Les facilités de paiement, notamment le paiement fractionné, se sont imposées comme une réponse incontournable à ces attentes. Pour les commerçants, ces solutions améliorent l'expérience client et augmentent leur satisfaction. Ainsi, les facilités de paiement jouent également un rôle clé dans la fidélisation. Environ 78 % des Européens, et 86 % des Français, déclarent être attachés aux mêmes enseignes par habitude. Proposer des options comme le paiement fractionné renforce cette fidélité tout en augmentant le panier moyen, les clients étant plus enclins à monter en gamme ou à réaliser des achats plus conséquents. Enfin, ces solutions renforcent l'image de modernité et de réactivité des commerçants, tout en stimulant la conversion. Les enseignes qui intègrent ces options constatent souvent une augmentation du taux de transformation et une réduction des abandons de panier.

Dans un contexte de pression économique et d'évolution rapide des comportements d'achat, offrir des facilités de paiement n'est plus une simple option, mais une nécessité pour fidéliser sa clientèle et optimiser sa performance commerciale.

### Quelle est la spécificité du marché français ?

Le marché français se distingue par une forte fidélité aux enseignes et une nette préférence pour certains moyens de paiement, en particulier la carte bancaire. Utilisée par 94 % des consommateurs en point de vente et 93 % en ligne, elle reste un incontournable, combinant simplicité, rapidité et sécurité. Ces chiffres, bien supérieurs à la moyenne européenne, reflètent l'attachement des Français à ce mode de paiement traditionnel.

La France se positionne également comme le pays d'Europe où le paiement fractionné rencontre le plus de succès. Près de 46 % des Français l'utilisent en point de vente, et 44 % en ligne. Cette solution, plébiscitée pour sa praticité, aide les consommateurs à mieux gérer leur budget tout en répondant à leurs envies d'achat immédiat. Contrairement à d'autres pays où le virement bancaire ou les porte-monnaie électroniques progressent, les Français privilégient des solutions qui leur offrent un contrôle financier clair et immédiat. Plusieurs facteurs ont accéléré la popularité du paiement fractionné. L'inflation persistante a poussé 47 % des consommateurs français à modifier leurs habitudes de paiement ces trois dernières années, avec une adoption encore plus marquée chez les 18-34 ans (près de 60 %).

Parallèlement, la démocratisation des outils de paiement fractionné dans les parcours d'achat, qu'ils soient physiques ou digitaux, a renforcé leur adoption. Simplicité et praticité restent les principaux atouts cités par les utilisateurs.

Les Français se distinguent également par une fidélité remarquable aux enseignes, 86 % d'entre eux déclarant acheter par habitude dans les mêmes points de vente ou sites, contre 78 % en moyenne en Europe. Cette fidélité constitue un atout majeur pour les commerçants, à condition qu'ils répondent aux attentes de leurs clients. Sans facilités de paiement, 45 % des consommateurs européens pourraient adopter un comportement défavorable, tel qu'opter pour un produit moins cher, abandonner leur panier ou choisir une autre enseigne.

Au-delà d'un simple outil pour gérer un budget, le paiement fractionné s'impose comme une solution moderne dans les habitudes de consommation des Français. Avec un montant moyen de transaction de 516 €, inférieur à la moyenne européenne de 734 €, il est principalement utilisé pour des achats essentiels comme l'électroménager, les produits high-tech ou l'aménagement de la maison.

Enfin, les Français montrent un intérêt croissant pour des solutions innovantes, comme le paiement différé ou l'open banking, qui répondent à une demande de flexibilité accrue. 55 % des utilisateurs de facilités de paiement envisagent de continuer à les utiliser, confirmant un changement structurel dans leurs habitudes. Cette dynamique place la France comme un marché clé pour Cofidis, qui s'attache à développer des solutions adaptées aux spécificités locales tout en anticipant les évolutions des attentes des consommateurs.

### Quelles sont les actualités de Cofidis pour répondre à ces évolutions ?

Depuis plusieurs années, Cofidis mobilise son savoir-faire et son expérience pour accompagner les commerçants face aux évolutions du marché. L'entreprise investit dans des outils innovants, comme l'open banking, qui permet d'enrichir les services proposés, bien que la France montre encore une certaine prudence face à cette technologie.

Dans les mois à venir, Cofidis prévoit de déployer une solution universelle qui simplifiera l'accès au paiement fractionné. Parallèlement, l'offre sera enrichie avec des services et garanties supplémentaires, visant à renforcer la continuité d'usage des produits financés.

En s'adaptant aux besoins des commerçants et des consommateurs, Cofidis reste engagé à proposer des solutions innovantes et pertinentes pour accompagner durablement ses partenaires dans leur développement.



# mollie

## Un partenaire de paiement innovant

Depuis plus de dix ans, Mollie s'est imposée comme l'un des partenaires de paiement les plus dynamiques et fiables en Europe. Fondée aux Pays-Bas, cette entreprise s'est donnée pour mission de simplifier le management des paiements et de soutenir les entreprises de toutes tailles grâce à des solutions innovantes et accessibles. Avec des bureaux dans plusieurs grandes villes européennes et une croissance marquée par des levées de fonds conséquentes, Mollie s'est distinguée par sa capacité à offrir des services personnalisés et à répondre aux besoins évolutifs des marchands. Aujourd'hui, elle ne se contente pas de proposer des services de paiement : elle devient un véritable partenaire en matière de gestion de la finance et du cash management, apportant une valeur ajoutée essentielle à l'écosystème des entreprises.

Rencontre avec Philippe Daly, Vice-Président.

### Pouvez-vous nous présenter votre structure et ses services ?

Mollie, fondée il y a un peu plus de dix ans aux Pays-Bas, est devenue un acteur incontournable du secteur des paiements en Europe. Notre objectif est de démocratiser le paiement et de rendre le management des transactions aussi simple et fluide que possible, tout en adoptant une vision inclusive. La société est née en réponse à un constat simple : les services bancaires traditionnels ne répondaient pas aux attentes des petites et moyennes entreprises (PME). C'est ainsi que Mollie s'est d'abord concentrée sur les TPE et PME aux Pays-Bas et en Belgique. Fort du succès dans ces marchés initiaux, Mollie a entrepris une expansion internationale soutenue par une levée de fonds de 800 millions d'euros il y a trois ans. Cette expansion a permis à l'entreprise de s'étendre en Allemagne, en France et au Royaume-Uni. Aujourd'hui, Mollie emploie environ 800 personnes réparties dans six bureaux situés à Amsterdam, Maastricht, Gand, Paris, Londres, Berlin, Munich, Lisbonne et Milan. Nous traitons plus de 30 milliards d'euros de volume et comptons environ 250 000 marchands, allant des petites entreprises aux grandes structures et marketplaces.

### Quelles sont les attentes de vos clients ?

Les clients de Mollie ont des besoins variés en fonction de leur taille et de leurs activités, mais certaines attentes sont communes. Le niveau de support et l'accompagnement personnalisé sont essentiels. Mollie se distingue par son réseau de partenariats technologiques et ses intégrations avec des plateformes e-commerce comme Prestashop, Shopify, Woo, etc ... Les marchands souhaitent avoir accès aux méthodes de paiement les plus pertinentes dans chaque pays où ils opèrent et bénéficier d'un écosystème complet pour la gestion de leurs transactions. En outre, Mollie propose des solutions de réconciliation comptable, très prisées par les directeurs financiers qui sont souvent les décideurs finaux dans le choix d'un prestataire de services de paiement (PSP). L'entreprise assure également un onboarding efficace des marchands, qui inclut la validation financière et la conformité réglementaire, un aspect particulièrement critique pour les marketplaces qui doivent onboarder plusieurs vendeurs. Pour une marketplace, la capacité de répartir les paiements entre différents vendeurs est fondamentale. Mollie collabore avec des solutions telles que Mirakl en France et accompagne des dizaines de millions de transactions chaque année. Ce support va au-delà du simple paiement en ligne, en intégrant des fonctionnalités de gestion des risques et de lutte contre la fraude.

### Quelles sont les grandes tendances du e-paiement et ses enjeux ?

Le marché du e-paiement est marqué par une forte concurrence et une multitude d'acteurs, dont des PSP locaux qui manquent souvent de présence internationale. L'omnicanalité est une tendance incontournable, surtout pour les grandes entreprises qui combinent des activités en ligne et hors ligne. De plus, la montée en puissance des solutions SaaS et des marketplaces a créé un besoin croissant de services de monétisation intégrés. Mollie répond à cette demande en permettant aux partenaires SaaS de diffuser ses solutions tout en générant des revenus. Mollie travaille également sur de nouvelles solutions financières. Nous proposons des options de financement aux marchands après trois mois de traitement de paiements. Cela leur permet de financer des campagnes marketing, des réassorts et des investissements en infrastructure. À ce jour, plus de 100 millions d'euros ont été financés pour soutenir les marchands. Cette initiative souligne l'ambition de Mollie de devenir un acteur de financement, en plus de sa fonction de prestataire de paiement.

### Vous proposez une solution entre paiement et gestion. Pouvez-vous nous expliquer.

Dans un marché où le paiement est devenu une commodité, la différenciation passe par l'ajout de services complémentaires. Nous ne nous limitons pas aux paiements ; nous apportons des solutions de gestion financière et nous travaillons sur différents projets pour toujours offrir une valeur ajoutée à nos marchands. L'objectif est de faire en sorte que le paiement ne soit pas une source de préoccupation pour les marchands, leur permettant ainsi de se concentrer sur leur cœur de métier.

### Comment évolue la sécurisation des paiements tant côté data, que côté risque ?

La sécurité et la gestion des risques sont des priorités pour Mollie. Nous veillons à la ségrégation des données et respectons les réglementations dans tous les pays où nous opérons. La robustesse de l'infrastructure cloud de Mollie assure une redondance des systèmes et minimise les risques d'incidents. Les marchands peuvent accéder à leurs données via un tableau de bord sécurisé, qui leur permet de suivre toutes les transactions, de commander des terminaux physiques et de gérer l'ensemble de leurs activités de manière autonome. Sur le plan de la gestion des risques, Mollie adopte une approche proactive. Nous faisons tout ce qu'il faut pour contrôler les risques de défaut et éviter les activités frauduleuses. Mollie se réserve le droit de revoir ses partenariats avec les marchands en cas de comportements suspects, garantissant ainsi un haut niveau de contrôle et de sécurité.

### Comment peut évoluer le paiement en ligne ?

L'avenir du paiement en ligne repose sur la simplification, la dématérialisation et l'automatisation des processus. Le paiement doit être le plus fonctionnel, simple et transparent possible, tant pour le marchand que pour le consommateur. L'expérience utilisateur doit être personnalisée en fonction de l'historique de paiement et des préférences de chaque consommateur. Mollie travaille également sur l'intégration de solutions de paiement omnicanales, à l'instar de Tap to Pay sur iPhone, et envisage de se développer davantage avec Android. Nous aidons les marchands à se développer dans différentes régions géographiques en leur offrant des solutions de paiement adaptées à chaque marché. Mollie souhaite être perçue non pas seulement comme un prestataire, mais comme un véritable partenaire de gestion de la finance et du cash management.

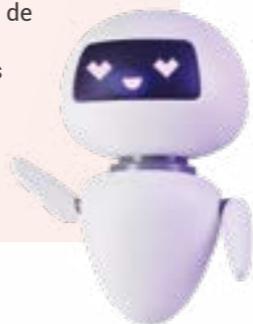
### Quelles sont vos dernières actualités ?

Mollie, l'un des principaux prestataires de services financiers en Europe, continue de développer ses offres et partenariats pour répondre aux besoins des PME et des entreprises du secteur du e-commerce. Parmi les initiatives récentes, Mollie Capital a été lancé pour offrir un accès rapide et flexible au financement, permettant aux PME d'obtenir des avances de fonds allant jusqu'à 100 000 € avec des approbations sous 24 heures. Cette solution vise à faciliter la croissance des entreprises en simplifiant l'accès aux liquidités. Pour renforcer son offre B2B, Mollie a introduit Mollie Invoicing, une solution de facturation intégrée qui permet aux utilisateurs de générer et de suivre les factures directement depuis le tableau de bord de Mollie. Cette nouveauté inclut la possibilité d'ajouter des liens de paiement aux factures pour une gestion fluide et rapide des paiements. En partenariat stratégique avec Hyvä, Mollie a également lancé Hyvä Commerce, une suite de produits intégrée à Magento qui améliore les performances des boutiques en ligne grâce à une technologie front-end allégée et optimisée. Cette collaboration offre une expérience de paiement optimisée et des fonctionnalités modernes, tout en garantissant la compatibilité future avec la plateforme. Enfin, l'intégration de Mollie avec HubSpot permet aux entreprises de gérer et d'initier des paiements directement depuis la plateforme CRM, simplifiant ainsi les workflows et augmentant l'efficacité opérationnelle. Cette fonctionnalité aide les PME à économiser du temps tout en offrant une expérience de paiement fluide et diversifiée. Ces initiatives confirment l'engagement de Mollie à fournir des solutions complètes et innovantes, soutenant la croissance des entreprises et simplifiant la gestion financière à travers l'Europe.

...suite

### L'impact de l'IA sur le paiement en ligne

L'intelligence artificielle est devenue un pilier dans le domaine des paiements en ligne, offrant des solutions avancées pour la sécurité et l'expérience utilisateur. Les algorithmes d'IA analysent les transactions en temps réel pour détecter les comportements suspects et prévenir la fraude. Cette capacité à s'adapter rapidement à de nouvelles techniques de fraude permet aux entreprises de rester en avance sur les cybercriminels. En plus de la sécurité, l'IA améliore l'expérience utilisateur en proposant des services personnalisés. Par exemple, certaines plateformes utilisent l'IA pour recommander des méthodes de paiement adaptées aux préférences de chaque utilisateur, augmentant ainsi le taux de conversion des transactions.



### Les évolutions nationales et internationales

Les innovations et les pratiques liées aux paiements en ligne varient selon les régions.



En Europe, l'Open Banking a été un tournant majeur, favorisant la transparence et la concurrence entre les prestataires de services financiers. Cette directive a permis aux consommateurs d'accéder à une multitude de services de paiement via des applications tierces en toute sécurité.



En Asie, les super-applications dominent le marché, avec des solutions intégrées qui vont au-delà des paiements. Des entreprises comme Grab et Gojek, inspirées par les modèles d'Alipay et WeChat Pay, intègrent des services financiers et de paiement avec des services de transport, de livraison et de divertissement.



Aux États-Unis, des applications de paiement peer-to-peer telles que Venmo et Cash App ont séduit les jeunes consommateurs grâce à leur facilité d'utilisation et à leur capacité à faciliter des transactions instantanées et sociales.

### Enjeux et défis

Les défis du paiement en ligne incluent la cybersécurité, la protection des données et l'accessibilité. La montée en puissance des cyberattaques oblige les entreprises à investir dans des technologies de sécurité avancées, comme le chiffrement et la blockchain. La transparence dans l'utilisation des données personnelles est également essentielle pour maintenir la confiance des consommateurs. L'accessibilité reste un enjeu important, surtout dans les régions où l'infrastructure numérique est insuffisante. Pour surmonter cela, les entreprises doivent développer des solutions inclusives qui permettent à tous d'utiliser ces services, même dans des environnements à faible connectivité.



### Les perspectives du paiement en ligne

« Le futur des paiements en ligne semble prometteur, marqué par des innovations telles que les paiements vocaux et la réalité augmentée. Ces technologies pourraient rendre les transactions encore plus intuitives et accessibles. »

Les cryptomonnaies et les monnaies numériques des banques centrales (CBDC) offrent également de nouvelles perspectives pour stabiliser et sécuriser les paiements numériques. La transition vers un monde sans argent liquide soulève des questions d'inclusivité et de sécurité. Pour garantir une adoption large et équitable, des efforts doivent être faits en matière d'éducation financière et de sensibilisation aux technologies numériques.

### Sécurité des Paiements en Ligne en 2023 : Progrès et Défis

Le Rapport de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement 2023, édité par la Banque de France a été publié le 10 septembre 2024. Voici un résumé.

En 2023, le paiement en ligne a continué d'occuper une place centrale dans l'économie numérique, représentant une part croissante des transactions scripturales. Le rapport de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement souligne que les paiements effectués par carte sur internet ont enregistré un taux de fraude de 0,160 %, marquant une baisse de 3 % par rapport à 2022. Cette diminution résulte principalement de l'application stricte de l'authentification forte, rendue obligatoire par la directive DSP2. Grâce à cette mesure, le taux de fraude a été divisé par deux au cours des six dernières années, témoignant de l'efficacité des protocoles de sécurité renforcés.

Cependant, les paiements en ligne continuent de présenter des risques notables. En effet, 58 % des cas de fraude sur les transactions par carte en 2023 provenaient des paiements en ligne, marquant une hausse par rapport à l'année précédente. Cette tendance met en lumière la nécessité d'une vigilance accrue et de l'adoption de solutions de sécurisation avancées. L'Observatoire met en avant l'importance des technologies comme le protocole 3-D Secure, qui a permis de rendre les transactions en ligne trois fois moins vulnérables lorsque cette protection est utilisée. Le 3-D Secure a démontré sa capacité à réduire la fraude sur les paiements en ligne de ma-

nière significative, précise le rapport. Le paiement par mobile a également vu une progression notable, représentant désormais 4 % des transactions nationales, tout en ne comptant que pour 2 % de la fraude totale. Cette évolution favorable est attribuée à l'amélioration des dispositifs d'authentification à l'enrôlement, qui ont permis de réduire le taux de fraude mobile de 68 %. Cette avancée montre comment l'innovation technologique et l'implémentation de mesures sécuritaires peuvent changer la donne en matière de confiance et de sécurité des paiements numériques. Le rapport souligne aussi la segmentation des secteurs les plus touchés par la fraude sur internet, identifiant **le commerce généraliste et les services aux particuliers** comme des domaines particulièrement exposés. Ces secteurs concentrent une part importante des tentatives de fraude, incitant à un renforcement des protocoles de détection et de prévention des fraudes.

L'Observatoire met en avant la nécessité de poursuivre l'amélioration des dispositifs de sécurité et d'encourager une adoption plus large des technologies d'authentification. « La résilience du secteur du paiement en ligne dépend de la capacité des acteurs à innover tout en assurant la sécurité des transactions », souligne le rapport. L'évolution rapide des menaces et des techniques de fraude pousse à investir continuellement dans des solutions intelligentes et à promouvoir la coopération entre les différentes parties prenantes, y compris les prestataires de services de paiement, les banques et les entreprises technologiques.

« En conclusion, même si des progrès significatifs ont été réalisés, la part importante de la fraude en ligne souligne la nécessité d'une vigilance et d'une amélioration continue des mesures de sécurité. Les perspectives d'avenir incluent le renforcement des collaborations et le développement de technologies de protection plus sophistiquées pour répondre aux défis du secteur. »



## Analyse des Retards de Paiement en France et en Europe :

### Résultats de l'Étude 2024 d'Altaires

L'étude d'Altaires sur les comportements de paiement en France et en Europe pour le premier semestre 2024 met en lumière une tendance préoccupante, marquée par une augmentation des retards de paiement des entreprises françaises. Ces retards atteignent en moyenne 12,9 jours, soit près d'un jour de plus par rapport à la même période l'année précédente, et témoignent d'une dégradation continue des pratiques de paiement. Moins de la moitié des entreprises, précisément 48,7 %, parviennent à honorer leurs obligations financières dans les délais impartis, un chiffre qui reflète des tensions croissantes au sein du tissu économique. Cette situation affecte non seulement les grandes entreprises, mais aussi les PME, les TPE et surtout les entrepreneurs individuels, qui enregistrent des retards moyens supérieurs à 13 jours. Ce constat souligne leur vulnérabilité accrue face aux pressions de trésorerie et aux aléas économiques.

Le secteur public, quant à lui, demeure particulièrement en difficulté, avec des retards de paiement qui dépassent fréquemment les 13 jours. Les hôpitaux, en particulier, affichent des retards atteignant en moyenne 20,6 jours, tandis que les services déconcentrés de l'État ne sont pas en reste, avec des délais qui s'étendent à 19,9 jours. Ces chiffres illustrent des contraintes budgétaires et des dysfonctionnements structurels persistants qui pèsent sur les capacités de paiement de ces entités publiques, exacerbant les difficultés des fournisseurs et sous-traitants qui dépendent de ces règlements pour maintenir leur propre santé financière.

Sur le plan européen, la France présente des résultats inférieurs à la moyenne en termes de délais de paiement, se plaçant derrière des pays tels que le Royaume-Uni, où les retards moyens sont de 12,2 jours. Cette comparaison met en évidence la nécessité pour les entreprises françaises d'améliorer leurs pratiques de paiement afin de rester compétitives et de préserver la confiance des partenaires commerciaux à l'échelle continentale.

L'écart avec d'autres pays européens indique des différences dans les stratégies de gestion des flux de trésorerie et l'utilisation du crédit fournisseur, pratique courante en France pour compenser les tensions de liquidité.



“ *L'incertitude économique et les pressions inflationnistes ont conduit de nombreuses entreprises à allonger leurs délais de paiement pour préserver leur trésorerie. Cette pratique, bien que compréhensible dans un contexte économique tendu, a des effets en cascade sur les fournisseurs et les sous-traitants, qui voient leurs liquidités mises à mal et leur capacité à investir réduite. En conséquence, l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement se trouve fragilisé, augmentant les risques de défaillance et d'insolvabilité pour les entreprises situées en bout de chaîne.* ”

Thierry Millon, directeur des études chez Altaires.

L'étude d'Altaires met en exergue la nécessité d'une amélioration des pratiques de paiement en France. Cela implique non seulement des efforts de la part des entreprises pour raccourcir les délais de règlement, mais aussi un soutien et des incitations à l'échelle nationale pour encourager de meilleures pratiques. Des solutions telles que la **digitalisation des processus de facturation** et l'utilisation d'**outils de suivi des paiements** peuvent contribuer à réduire les délais et à renforcer la transparence des transactions. Cette évolution est cruciale pour consolider la résilience du tissu économique français et assurer une stabilité à long terme, tout en soutenant les entreprises de toutes tailles dans un environnement concurrentiel de plus en plus exigeant.



## 3 questions à Fabien Darne, Directeur France et Benelux

ingenico



### Pouvez-vous nous présenter votre structure et ses services ?

Ingenico est le leader mondial de l'acceptation des paiements et des services. Nous aidons nos clients et leurs clients à faire plus avec les paiements. Présent dans 37 pays, avec plus de 3 500 employés, nous sommes à l'avant-garde du commerce depuis plus de quarante ans. Avec plus de 40 millions d'appareils de paiement déployés dans le monde, alimentés par plus de 2 500 applications, l'entreprise répond chaque jour aux besoins de millions de consommateurs. Grâce à nos solutions intégrées avancées et à notre réseau de partenariats, nous simplifions le monde des paiements et apportons des services à valeur ajoutée pour faire avancer le commerce.

### Quelles sont les grandes tendances du e-paiement et ses enjeux ?

Le monde des paiements électroniques traverse une période de transformation rapide. Les avancées technologiques et les innovations promettent de modifier en profondeur les modes de paiements, tandis que les comportements des consommateurs évoluent en parallèle.

- Le paiement mobile et sans contact continuent à croître rapidement dans le monde, grâce à la généralisation des smartphones, à l'adoption du QR code en Asie et du NFC, et à la population des solutions de paiement mobile (Apple Pay, Google Pay, Pix, UPI, etc.).
- Les services de paiement fractionné continuent à être une tendance comme le témoignent la croissance de ces acteurs Klarna ou Affirm. Le « Buy Now, Pay Later » permet ainsi aux utilisateurs de fractionner leurs paiements, sans frais supplémentaires.
- La démocratisation des cryptomonnaies et de la blockchain est en marche avec de nouvelles initiatives de stablecoins et de monnaies numériques de banques centrales.
- Les acteurs du paiement investissent massivement dans l'Intelligence artificielle pour lutter contre la fraude, notamment grâce au machine learning. Cette technologie permet d'analyser en temps réel les transactions pour repérer les comportements suspects et identifier les transactions frauduleuses.
- L'open banking s'étend dans le monde, avec

l'entrée en vigueur de la DSP3 en Europe ou l'adoption de nouvelles lois open banking aux Etats-Unis depuis octobre 2024. Cette ouverture permet à de nouveaux acteurs d'entrer sur le marché pour proposer des services financiers innovants.

- Le paiement instantané continue à remplacer d'autres modes de paiement, notamment les espèces et les chèques voire le paiement par carte (exemple de Pix au Brésil). Des mandats réglementaires ont permis l'interopérabilité, ce qui, combiné à des propositions plus compétitives de la part des commerçants et à des offres attrayantes pour les consommateurs aide les paiements instantanés à gagner des parts de marché.

Si toutes ces innovations ouvrent la voie à de nombreuses nouvelles opportunités, elles s'accompagnent également de nouveaux défis en matière de sécurité, de conformité, d'inclusion et d'intégration qui ne peuvent être ignorés.

### Quelles sont les évolutions à venir (cryptomonnaie...)?

- Les stablecoins et monnaies numériques des banques centrales pourraient s'imposer comme une alternative stable et sécurisée aux cryptomonnaies. Elles favoriseraient les transactions digitales et par conséquent permettraient une plus grande inclusion financière
- La biométrie comme solution d'identification (empreinte digitale, reconnaissance des veines de la main, reconnaissance faciale, etc.) pourrait fluidifier l'expérience client et améliorer la sécurité des paiements en devenant un moyen d'identification standard
- La personnalisation basée sur l'intelligence artificielle : les données collectées lors des transactions constituent une mine d'or pour comprendre les consommateurs et leur proposer des offres personnalisées.

Les paiements responsables et écologiques : Avec la montée des préoccupations environnementales, les consommateurs attendent que les acteurs s'engagent à réduire l'empreinte carbone des transactions et à favoriser l'inclusion.

