

M-paiement : Les banques arrivent en tête de la légitimité, selon CSA consulting



Yvon Moysan, CSA consulting

Yvon Moysan, manager de CSA consulting, livre à *Systèmes de Paiement* en avant-première les résultats de l'étude « Le paiement sur mobile en France : vision des professionnels et des experts, opinion et attentes des consommateurs », réalisée par CSA consulting et CCM Benchmark. Interview.

- Vous avez publié le 19 juin 2012 une étude sur le paiement mobile en France. Quelle est la finalité de ce rapport ? Comment a-t-il été réalisé ?

L'étude a été menée par notre cabinet de conseil CSA consulting, spécialisé dans la banque et la finance, en partenariat avec CCM Benchmark Group en deux parties. D'une part, CSA consulting a réalisé la partie qualitative de l'étude avec l'identification des acteurs du m-paiement en approchant des experts issus de secteurs différents (telcos, banque, etc.) afin d'avoir une vision exhaustive de l'écosystème. D'autre part, CCM Benchmark Group a sondé un panel de près de 1.400 internautes représentatifs de la population française. Notre objectif était de dresser un état des lieux du m-paiement en France par rapport aux autres pays, d'interroger les experts sur les différents modèles existants, d'avoir le ressenti des commerçants et des clients particuliers ainsi que leurs besoins et attentes, d'identifier les freins et les perspectives du m-paiement sur les prochaines années.

- Quels sont les principaux constats relevés dans cette étude ?

Certains acteurs ont lancé leur propre solution de m-paiement. D'après l'étude, celles-ci ont peu de chances d'avoir du succès car elles sont limitées aux clients de la banque ou de l'opérateur télécom, cela limite donc le périmètre. Ces modèles coexistent avec les modèles de type partenariat proposés par exemple par les telcos et opérateurs de cartes, des offres un peu plus plébiscitées par les personnes interrogées car le périmètre offert est bien plus large, et les modèles pure players qui pourraient pour ceux bénéficiant d'une forte légitimité atteindre une part de marché significative. Les experts souhaiteraient que le marché évolue vers une solution unique ou interopérable type conteneur de moyens de paiement où le client pourrait intégrer différentes solutions et en choisir l'une d'entre elles au moment de l'achat. Selon les professionnels, cette évolution doit émerger des régulateurs dans un souci d'homogénéisation du marché.

- Quels seraient les acteurs les plus légitimes pour proposer ce type de solutions ?

Les banques arrivent en tête de la légitimité pour proposer ce type de solutions, contrairement aux réseaux sociaux qui arrivent en dernière position. Côté clients, il existe en effet une forte volonté d'avoir une solution sûre. A contrario, les commerçants sont relativement neutres sur le m-paiement qui ne résout pas leurs principaux problèmes à savoir la tarification et les soucis techniques. D'autant que le paiement mobile est considéré comme un moyen et non une fin en soi dans la mesure où les clients commerçants et consommateurs s'intéressent avant tout aux services à valeur ajoutée qui en découlent.

- Quelle est la situation de la France par rapport à ses voisins sur le m-paiement ?

La France est plutôt en retard sur le m-paiement, ceci est notamment dû au fort attachement des banques à la carte bancaire. Cependant, cette situation pourrait évoluer grâce à une technologie passerelle, à savoir la carte sans contact, qui permettrait de faciliter et accélérer le passage de la carte au mobile. D'ailleurs, de nombreux experts affirment que 2012 est l'année de la carte sans contact ce qui nous permet de supposer que le paiement mobile émergera dès 2013 en France.

- C'est-à-dire ? Comment la situation va-t-elle évoluer dans les prochains mois ?

Les acteurs qui seront les moteurs du paiement mobile vont tenter de faire accélérer les choses à l'image de BNP Paribas. Les autres banques seront quant à elles en réflexion notamment en ce qui concerne les services à valeur ajoutée tout en poursuivant leur stratégie d'équipement des commerçants en TPE compatibles et des clients particuliers en cartes sans contact.

Propos recueillis par Andréa TOUCINHO