

Se développer à l'international avec une solution monétique intégrée

Troisième grand rendez-vous des délégations régionales | Alsace-Lorraine



» Délégation régionale Alsace-Lorraine

Déléguée régionale



Catherine CLERC
Treasury manager Europe
Columbia Sportswear Europe

Déléguée régionale adjointe



Géraldine CASTEX-WASERMAN
Group treasurer
Hager Electro



» Agenda

- **Le commerce unifié : tendances et innovations**
 - **Grégoire Toussaint**, directeur au sein d'Edgar, Dunn & Company

- **Marketplaces et plateformes : comment peuvent-elles intégrer des services financiers ?**
 - **Virginie Melaine-Christensen**, country manager, Adyen France

- **Panorama des différents services financiers intégrés proposés par Adyen**
 - **Virginie Melaine-Christensen**, country manager, Adyen France

- **Conclusion et Q&A**



**edgar,
dunn &
COMPANY**

aFTE

| Association Française des
Trésoriers d'Entreprise

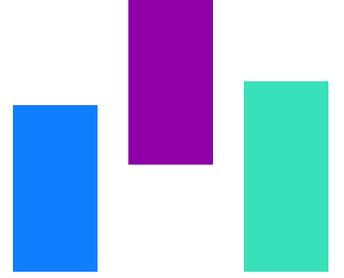
Tendances clés dans les paiements

Edgar, Dunn & Company (EDC)

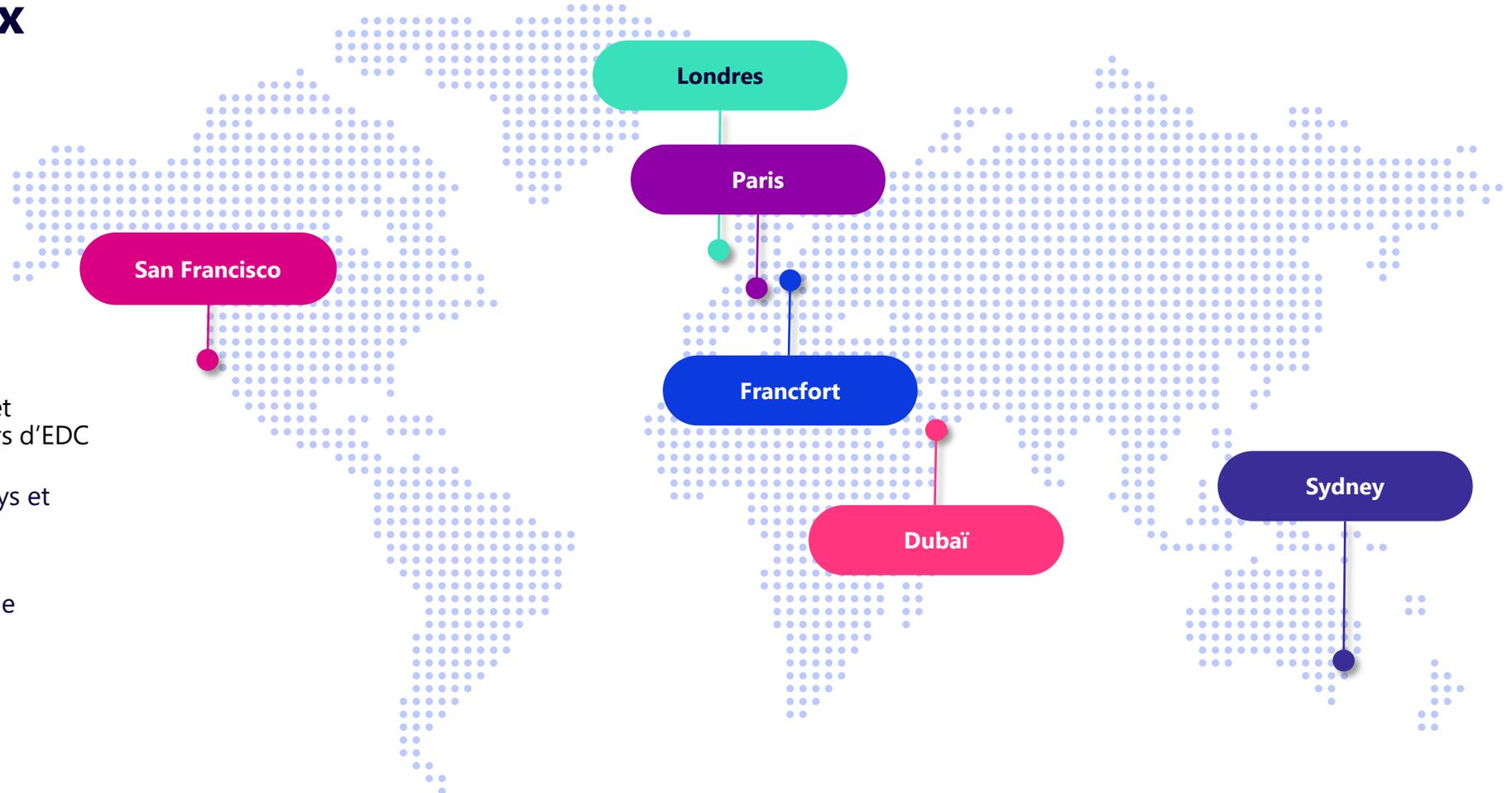
17 octobre 2023

Edgar, Dunn & Company (EDC)

Cabinet de conseil mondial et indépendant en stratégie de services financiers et de paiements



Nos Bureaux



Fintech, Stratégie de paiement & M&A



Indépendant – Détenu et contrôlé par les directeurs d'EDC



+250 clients dans 55 pays et sur 6 continents

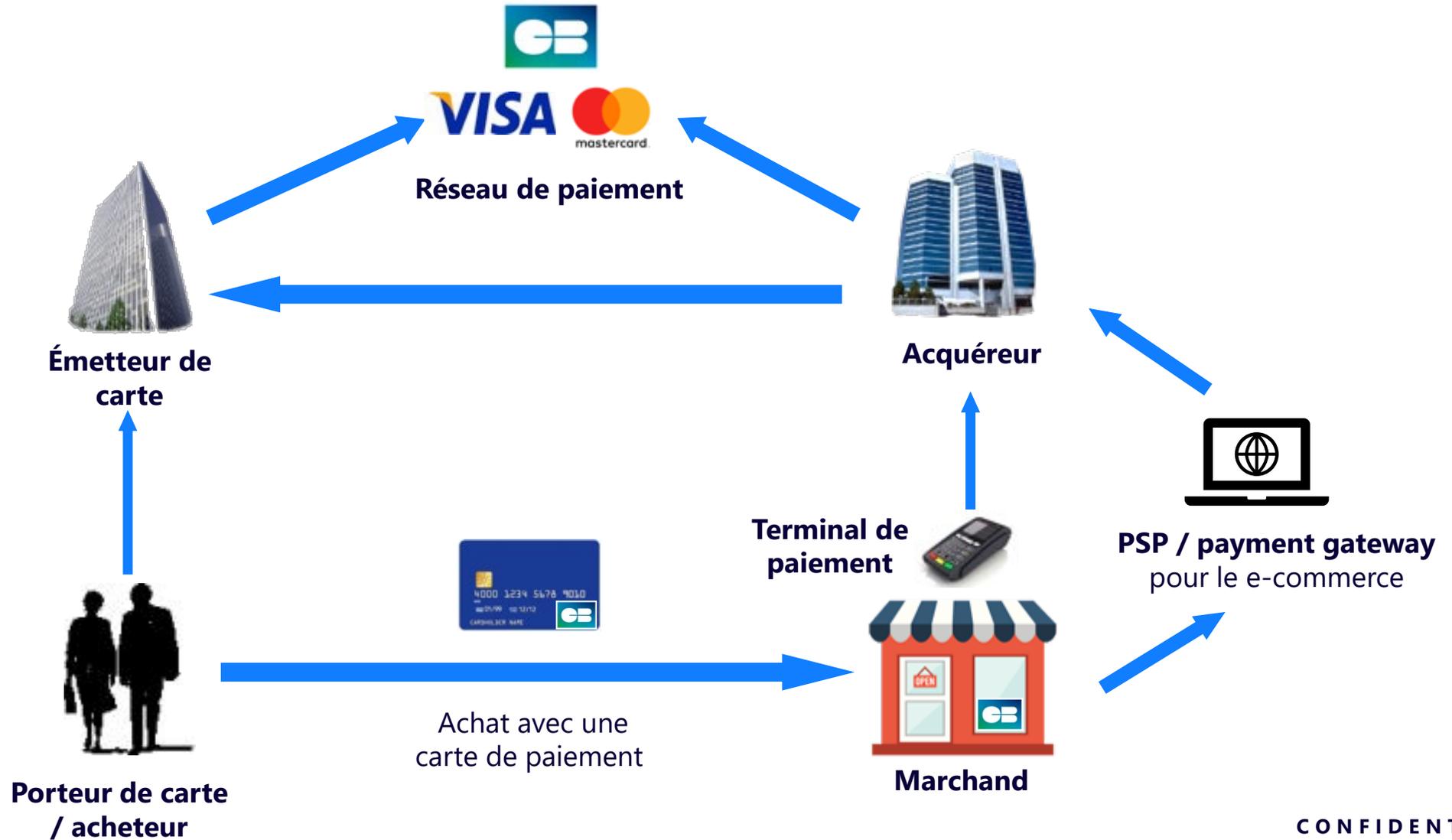
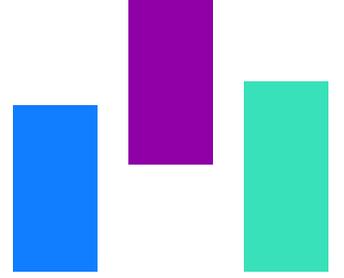


6 bureaux dans le monde



+1 800 projets

Présentation de l'écosystème paiement : un écosystème avec de multiples acteurs et qui se complexifie

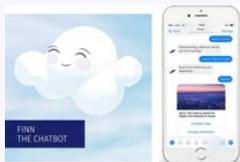


Quatre principales tendances de marché ont un fort impact sur le secteur des paiements et il est important que les entreprises comprennent ces enjeux



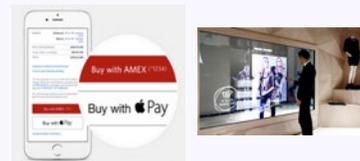
1. Évolution des attentes des clients

- Expérience client simple et rapide (ex : 1-click, Click to Pay, biométrie)
- Formes de paiement locales (ex : AliPay, iDEAL, WeChat Pay, cartes de débit locales aux États-Unis, LINE Pay, Pix, Zelle)
- Expérience de paiement fluide sur différents canaux (par exemple, les retours, les codes QR pour les paiements en magasin)



2. Innovation Digitale

- Paiements "in-app" via le téléphone mobile de l'acheteur (ex : 1-touch payment)
- Paiements sans contact et portefeuilles électroniques (ex : Alipay, Bizum)
- Point de vente virtuel et « verre connecté » pour les paiements en magasin
- Tap to Pay et SoftPOS



3. Changements Réglementaires

- Changements réglementaires (ex : réglementation MIF / interchange en Europe, en Nouvelle-Zélande et aux États-Unis)
- Règles concernant la conformité à la norme PCI DSS
- DSP2 et l'authentification forte avec un impact important sur les paiements

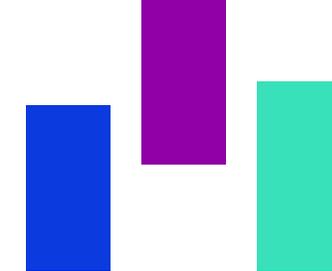


4. Nouveaux modèles / nouveaux entrants

- Innovateurs numériques et wallets (ex : Alipay, Apple Pay, Google Pay, WeChat Pay et LINE Pay, etc.)
- Transferts bancaires en temps réel / instantanés (par exemple, la New Payments Platform en Australie, Pix au Brésil)
- Orchestration des paiements
- BNPL (Buy Now Pay Later)



EDC a identifié trois principaux modèles de paiement que les entreprises peuvent choisir en fonction de leurs priorités et de leur organisation interne



Modèle 'One-stop shop'

Acceptation
Terminaux de paiement / PSP Acquisition

Paielements en magasin

Prestataire avec une approche "one stop-shop" / offre intégrée avec :

- Paiements en magasin et à distance
- Acceptation et acquisition

Exemples:



Paielements digitaux
(e- / m-commerce)

Modèle d'acceptation centralisée

Acceptation
Terminaux de paiement / PSP Acquisition

Prestataire centré sur l'acceptation pour:

- Paiements en magasin
- Paiements à distance

Exemples:



Différents acquéreurs

Commerçants peuvent choisir plusieurs acquéreurs par pays ou canaux de vente

Différents moyens de paiement alternatifs

Modèle d'orchestration des paiements

Acceptation
Terminaux de paiement / PSP Acquisition

Différent PSPs

Différents acquéreurs

Acteur central connecté à différents PSPs, acquéreurs et moyens de paiement alternatifs

Exemples:



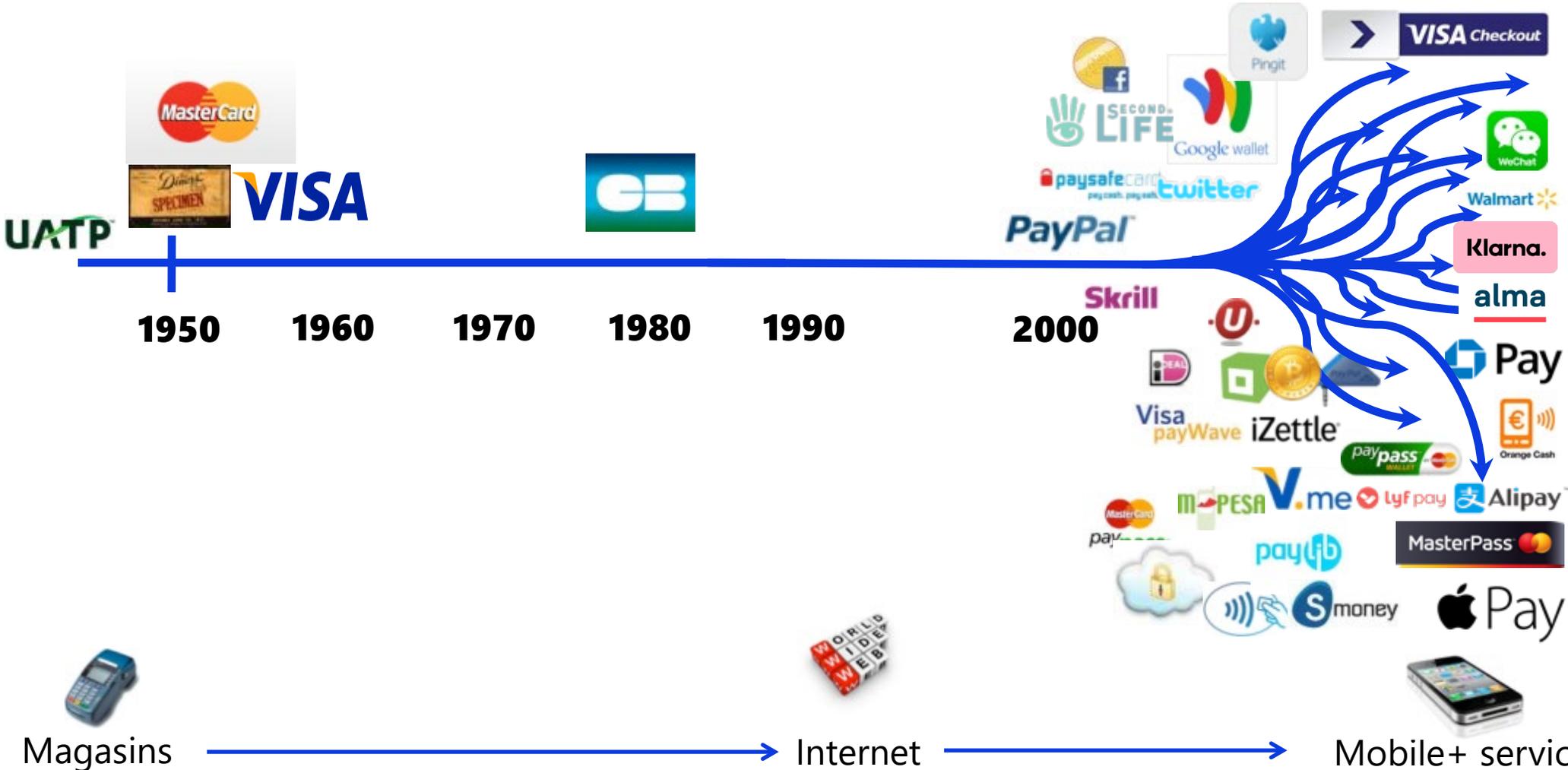
Différents moyens de paiement alternatifs

Différents acquéreurs



Parlons d'exemples concrets d'innovation !

Les moyens de paiement alternatifs se multiplient et il est important d'identifier les moyens de paiement alternatifs pertinents pour votre entreprise (ex : segment de clientèle, géographie, canal de vente)



Le Pay By Link (envoi d'un lien de paiement par email, SMS, réseaux sociaux) pour payer a été démocratisé pendant la pandémie

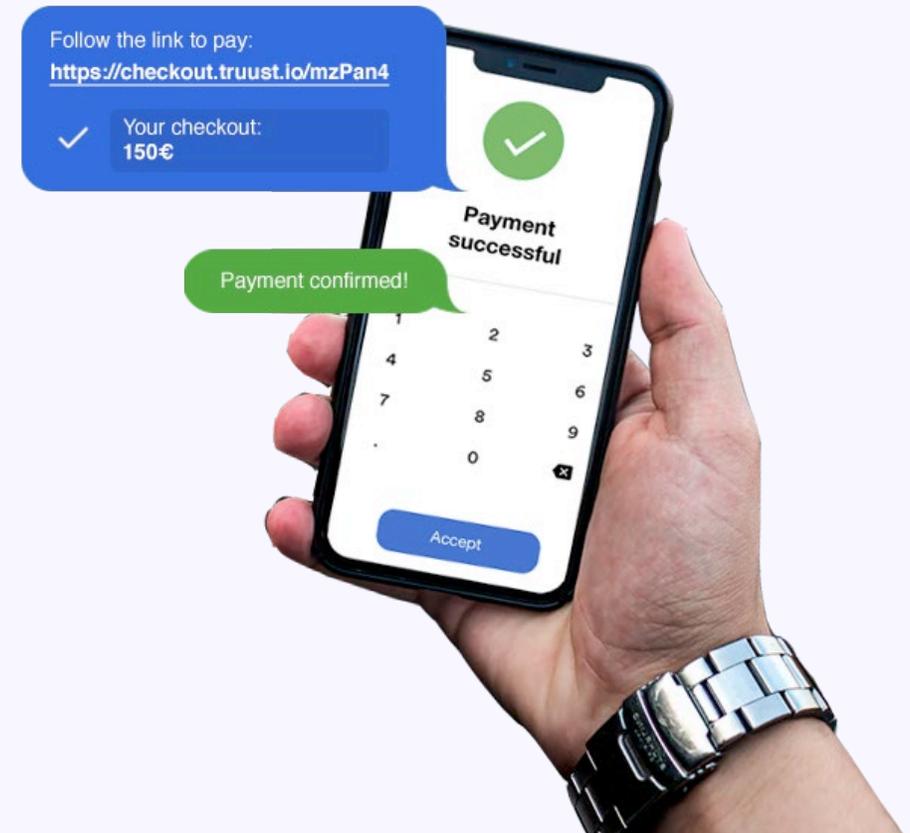
Pay By Link

- ▶ Lien de paiement sécurisé pour faciliter un paiement à distance

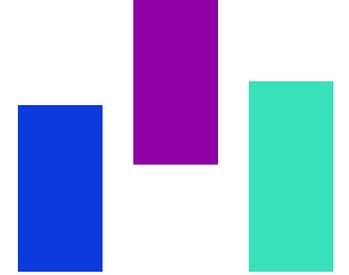
Avantages

- ▶ Le client peut recevoir le lien par différents canaux (ex : email, SMS, whatsapp)
- ▶ Même processus qu'un paiement e-commerce, et donc sécurisé
- ▶ Convient très bien pour des centres d'appels ou même en boutique dans certains cas

Attention à créer un bon parcours client



Le BNPL (Buy Now Pay Later = paiements fractionnés comme les paiements en 3 ou 4 fois et paiements différés) prend une part de plus en plus importante du e-commerce



Buy Now Pay Later

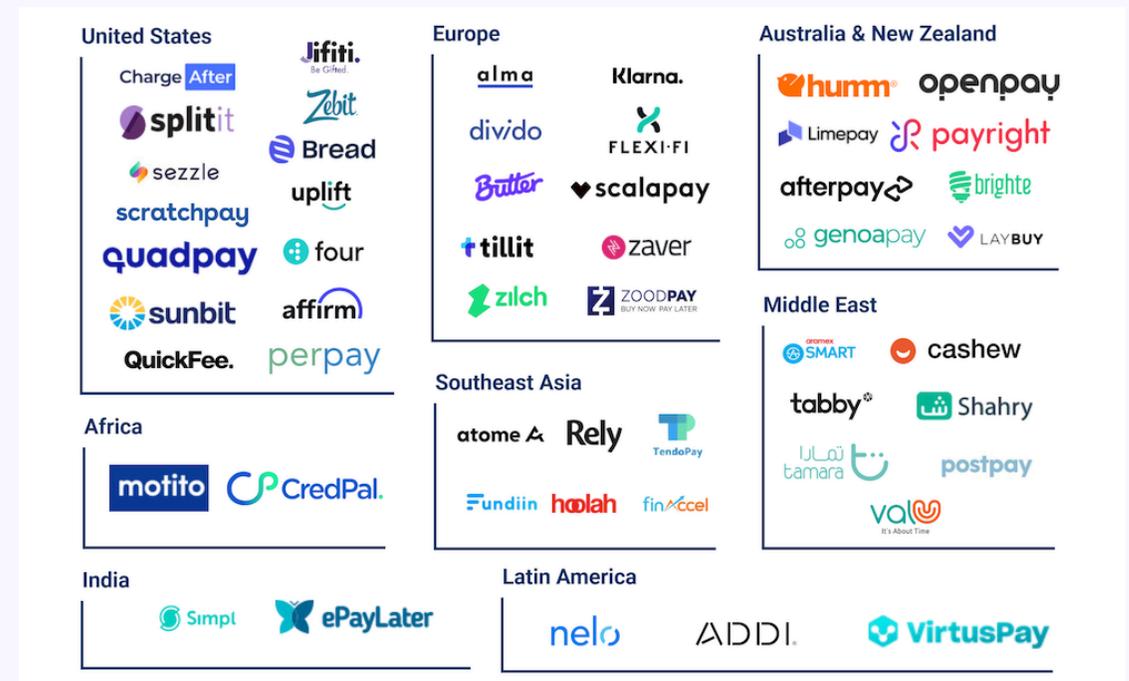
- Paiements fractionnés : de 3 à 24 fois
- Paiements différés (J+15, 30 ou 45)

Avantages

- Permet d'augmenter le panier moyen
- Permet d'augmenter la conversion surtout pour les paiements en ligne

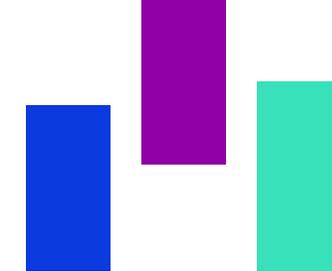
Attention à l'utilisation des données clients, à la réglementation et aux impacts négatifs (ex : impact sur l'image de marque, sur-endettement)

Exemples de prestataires



Source: CB Insights, Thoughtworks

L'orchestration des paiements est une "couche" entre le site web et les prestataires de paiement pour apporter plus de flexibilité et de contrôle aux e-commerçants



Orchestration des paiements

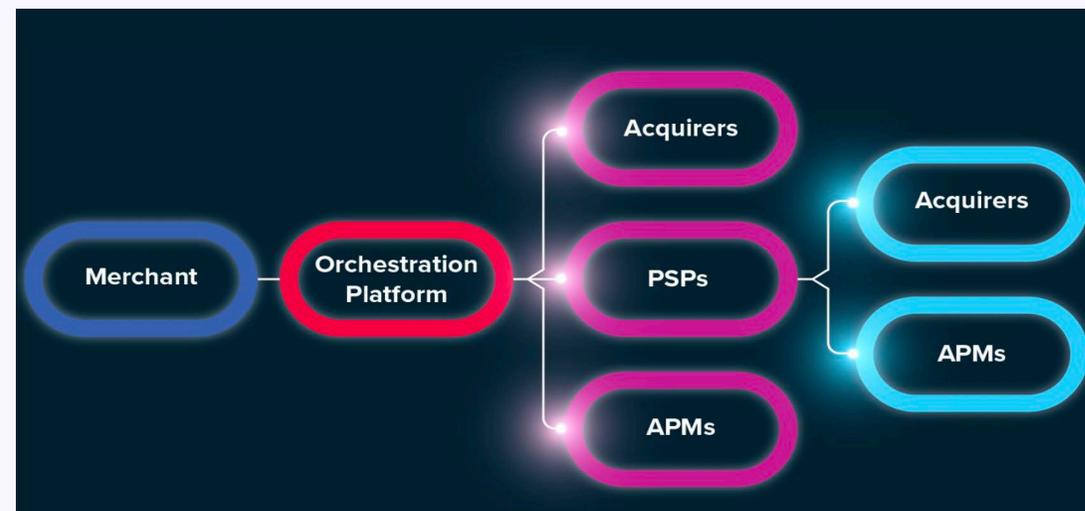
- ▶ Un intermédiaire entre le site web marchand et les prestataires paiements (ex : acquéreurs, PSP, moyens de paiement alternatifs)

Avantages

- ▶ Permet d'avoir une plus grande flexibilité, d'accélérer le time to market, d'optimiser le taux d'acceptation et les coûts – notamment pour des situations complexes (ex : nombreux pays, moyens de paiement ou filiales)

Attention à une plus grande complexité des paiements et au « single point of failure »

Illustration de l'orchestration



Source: Nuvei ; APM = Alternative Payment Methods

Le Tap to Pay / SoftPOS est l'utilisation d'un téléphone pour recevoir des paiements pour créer de nouveaux parcours clients, notamment en magasin

Tap to Pay / SoftPOS

- ▶ Utilisation d'un smartphone comme terminal de paiement (remplaçant un terminal de paiement habituel)

Avantages

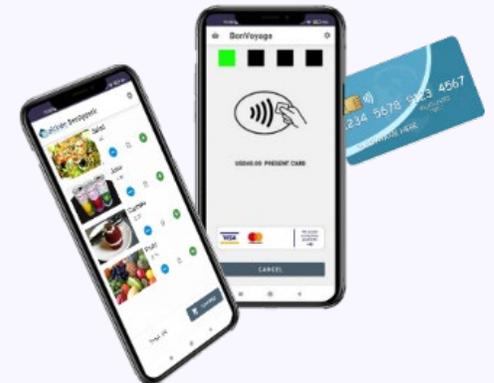
- ▶ Permet d'intégrer des applications marchands (ex : vendeurs, CRM, fidélité) couplées au paiement pour certains cas d'usage (ex : application vendeur, queue boosting, mobilité en magasins, livraison)

Attention à l'intégration technologique et à ne pas multiplier des développements spécifiques

Terminal de paiement traditionnel



Tap to Pay / SoftPOS



Le paiement instantané (SCT^{inst}) est un virement bancaire en temps réel qui permet de faciliter certains cas d'utilisation

Paiement instantané

- ▶ SCT^{inst}, virement bancaire qui permet le transfert de fonds en temps réel ; peut être couplé avec l'Open Banking (initiation de paiement)

Avantages

- ▶ Paiement instantané et garanti avec réception immédiate des fonds
- ▶ Convient à certains cas d'usage (ex : transferts d'argent, assurances, recouvrement)

Attention à la complexité technologique, au parcours client, à la réconciliation et à la fraude



Les paiements sont devenus stratégiques pour les entreprises et il est important d'adopter une approche spécifique paiement

Les moyens de paiement évoluent rapidement mais se complexifient

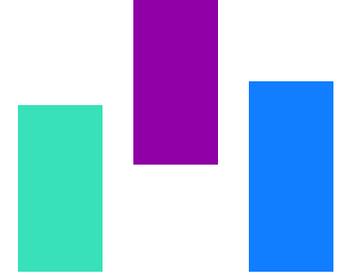
- ▶ De nouvelles attentes clients couplées à une innovation digitale qui s'accélère
- ▶ Une réglementation particulière et de nouveaux modèles de paiement qui émergent

Les entreprises doivent développer une stratégie particulière et adaptée

- ▶ Effectuer un diagnostic détaillé de l'existant
- ▶ Positionner les paiements comme un levier d'optimisation des coûts et de génération de revenus additionnels



Exemples de livres blancs rédigés par Edgar, Dunn & Company



Guide d'évaluation des solutions d'orchestration des paiements



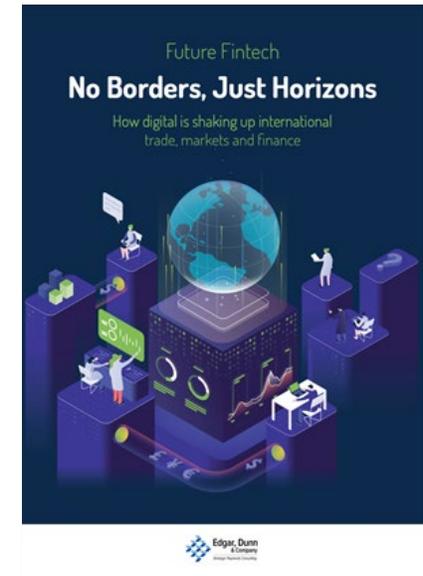
Acceptation des paiements



Hubs de paiement nouvelle génération



Rapport sur les Fintech





Grégoire Toussaint

T +33 1 4007 9224

M +33 6 7026 9925

gregoire.toussaint@edgardunn.com

Edgar, Dunn & Company

1 bis rue du Havre, 75008 Paris, France

Les grands RDV AFTE

Mardi 17 octobre 2023

adyen

Bienvenue !



Virginie Melaine-Christensen
Directrice générale Adyen
France

adyen

adyen

100%

de la plateforme
développée en **interne**

27

bureaux dans **le monde**

+ 3 800

collaborateurs 🌍

+250

moyens de **paiement**



Adyen en France

700+ clients

Retailers internationaux
Pure players e-commerce
Marketplaces et plateformes SaaS

MONOPRIX

 BlaBlaCar

 l'addition

Etam

LVMH



Vestiaire Collective

BackMarket

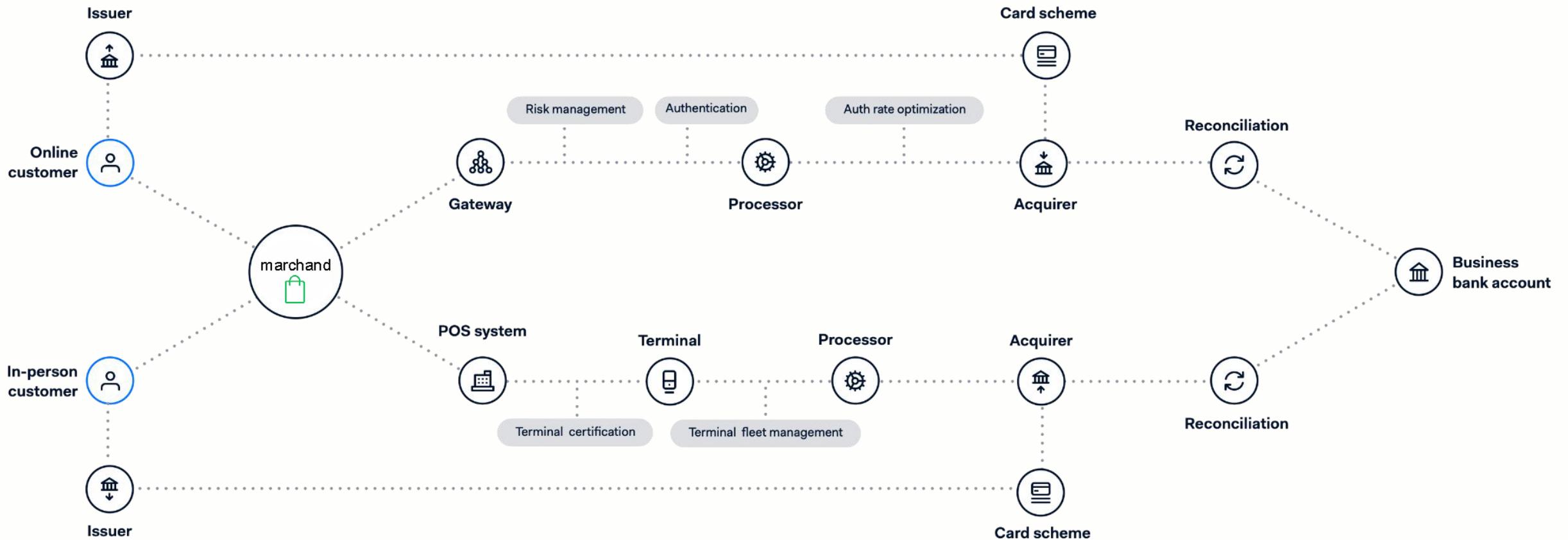
 boulanger

LONGCHAMP
PARIS

leboncoin

L'OCCITANE
EN PROVENCE

La chaîne de valeur historique du paiement



La plateforme unique Adyen

Optimiser la chaîne de valeur des paiements en ligne et hors ligne (Unified Commerce)



 Gateway

 Risk management

 Authentication

 Processor

 Auth rate optimization

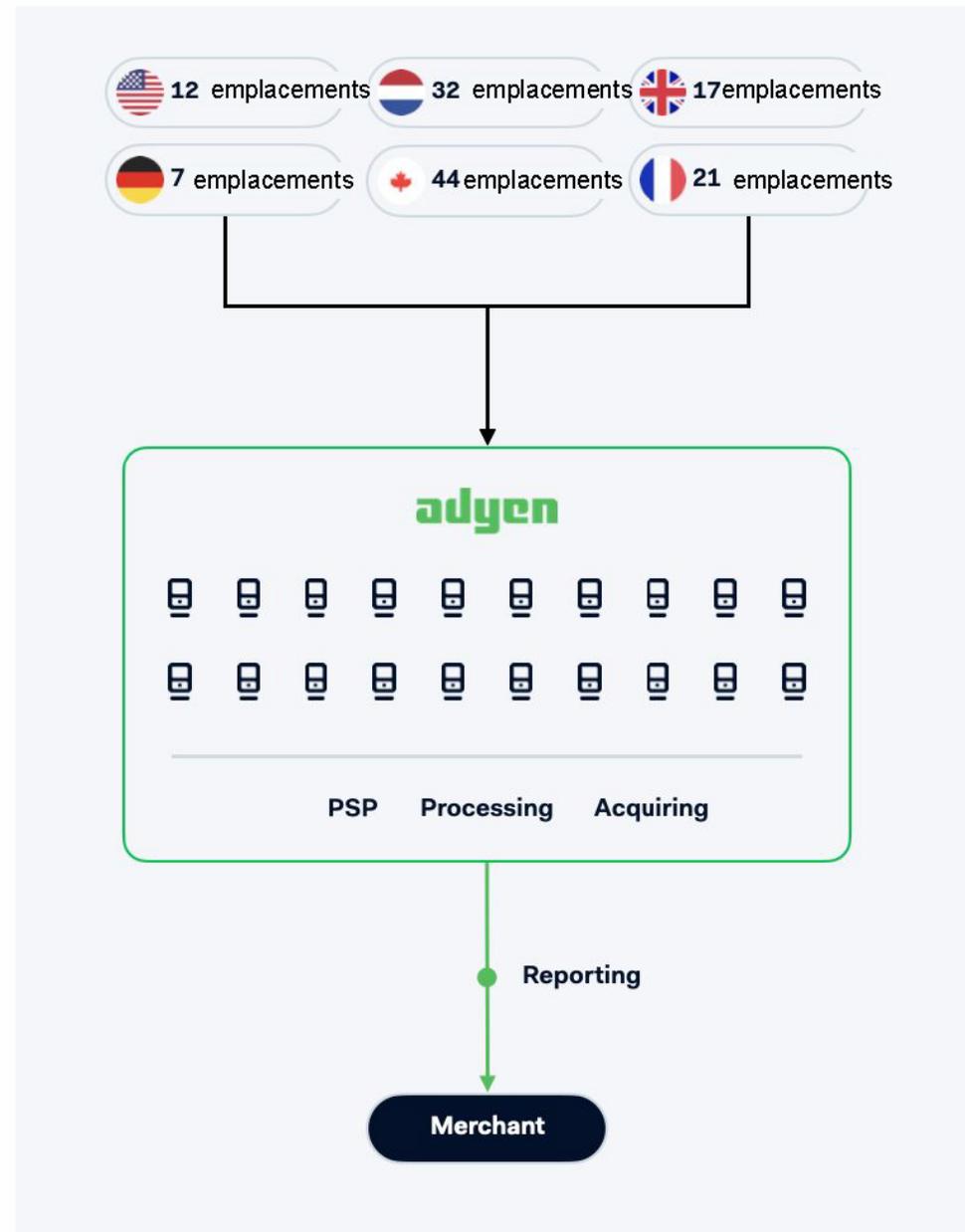
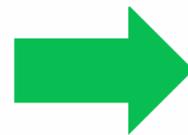
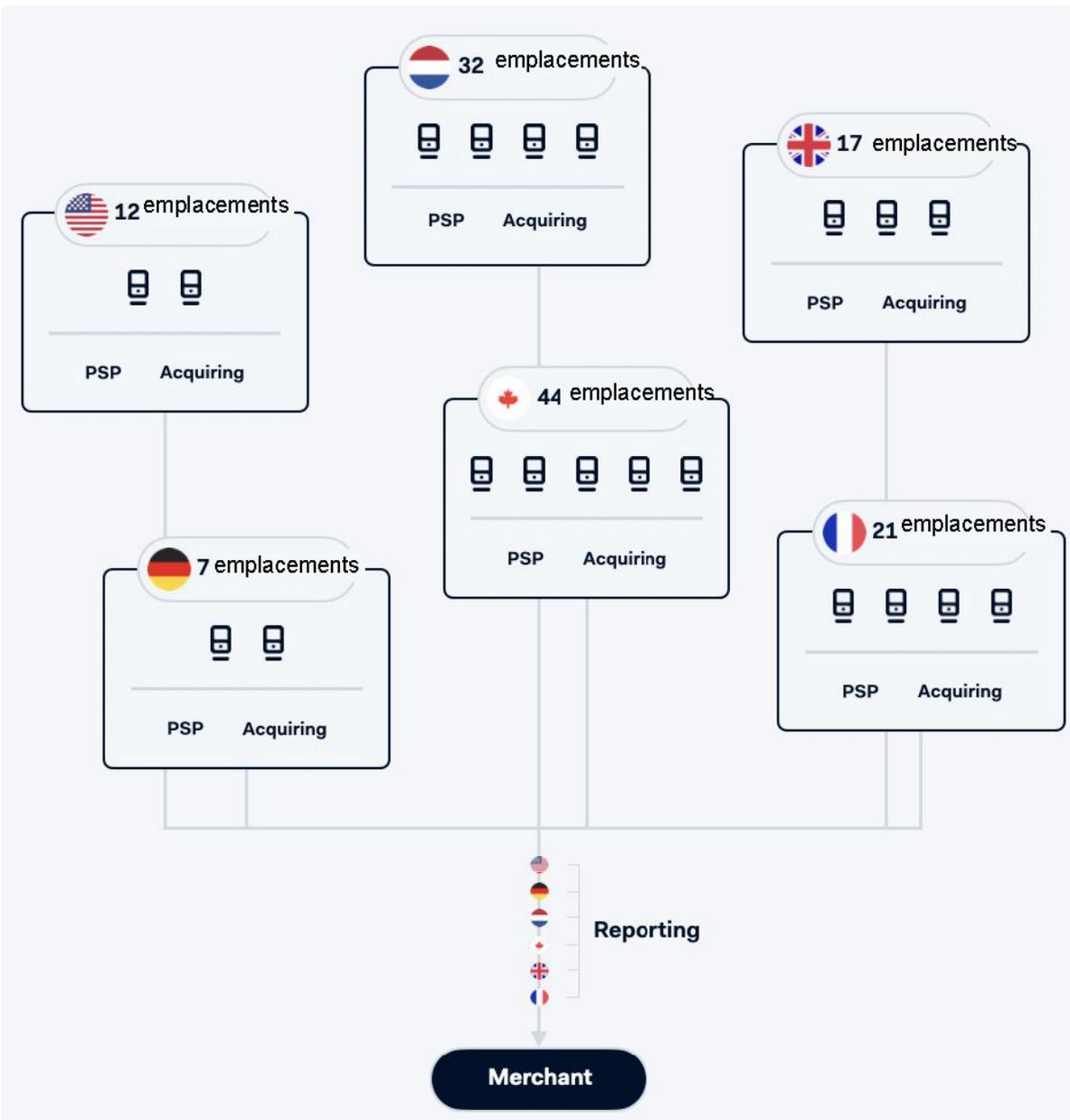
 Terminal certification

 Terminal fleet management

 Reconciliation

 In-person payments hardware and software

 Acquirer



Longchamp x Adyen

Comment réaliser des économies d'échelle
en centralisant la gestion des paiements ?

adyen

LONGCHAMP
PARIS



Le challenge



Rationaliser les coûts



Analyse d'opportunité d'économies

Le Déploiement

Snapshot

POS



352 terminaux déployés



17 pays 120 boutiques



130 boutiques équipées de PayByLink



25 méthodes de paiement proposés

Ecom



20 pays



21 méthodes de paiement proposés



>0.5% chargeback rate

Les résultats

Pour la clientèle de Longchamp



Un processus de paiement identique, fluide et rapide sur tous les points de vente dans le monde



Un large éventail de moyens de paiement locaux



Sécurité à tous les niveaux



Dynamic Currency Conversion



Une clientèle internationale et exigeante pleinement satisfaite

Les ambitions

Et ensuite ?



Tap to Pay



Apple Pay
Google Pay



Data Connect



shopper DNA

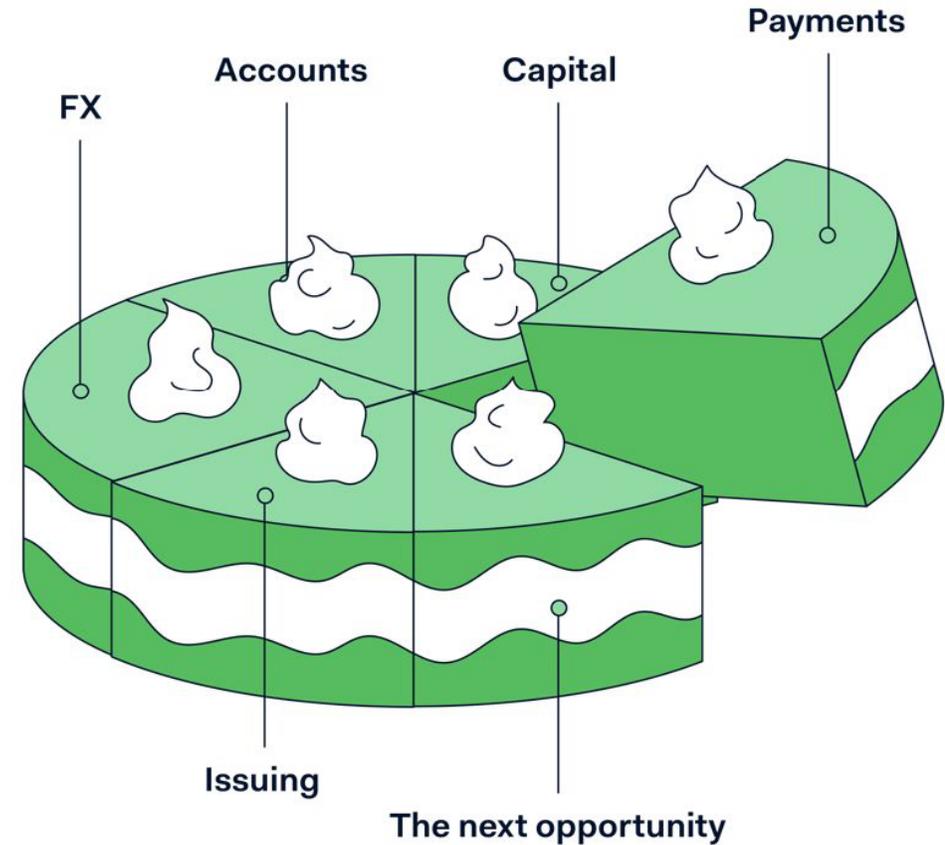
Les services financiers intégrés



D'un prestataire de paiement à une plateforme de technologie financière globale.

Banking-as-a-service.

Les services financiers intégrés.





Les spécificités d'Adyen

- Une seule et même plateforme de technologie financière développée en interne
- Développements produit bénéficiant à l'ensemble de nos marchands
- Vision long terme

Merci à tous !

Des questions ?

Virginie Melaine-Christensen

virginie.melaine@adyen.com

adyen