onepoint.
beyond the obvious

Data and Tech :

The ongoing revolution for payments !

09 Novembre 2021

#LE SAVIEZ-VOUS ?

stripe
2009

OU

Square
2011

≈

100 milliards d'euros*

soit

BNP PARIBAS
La banque d'un monde qui change
72 milliards d'euros

+

SOCIETE GENERALE
24 milliards d'euros

**En capitalisation boursière*

550 millions USD

4,3 milliards USD

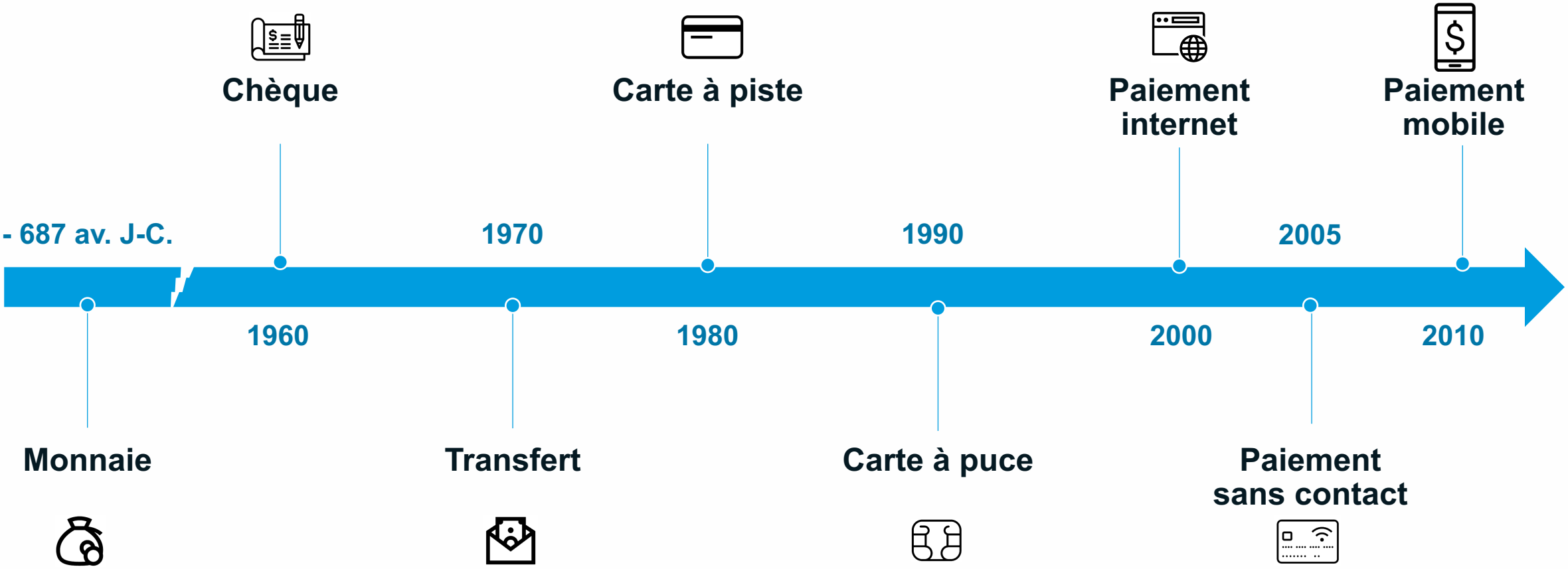
Alors que se passe-t-il dans le monde des paiements ?

Les entreprises technologiques surpassent-elles réellement les banques ? et grâce à quels assets ?

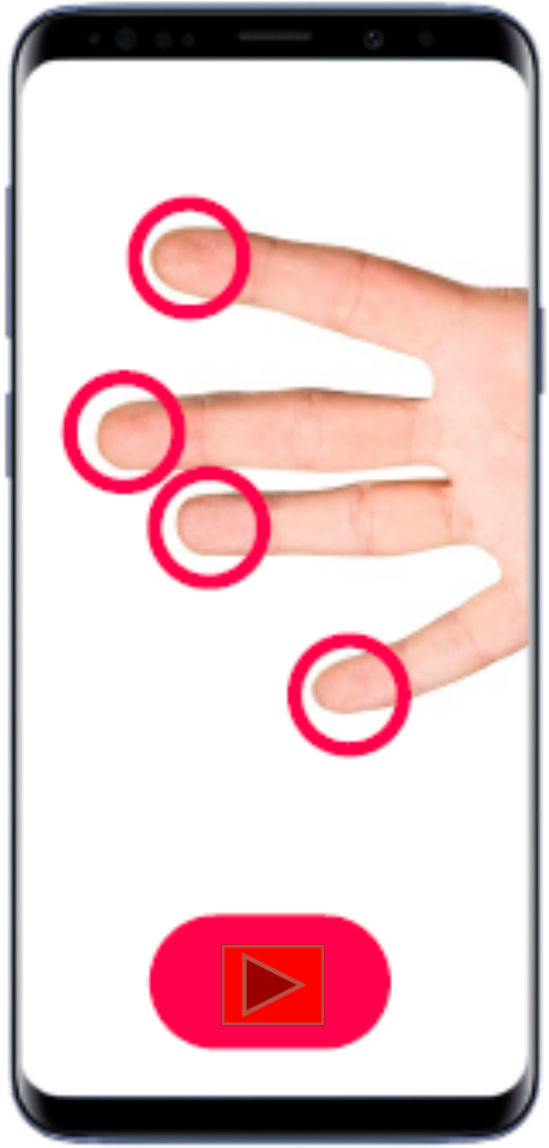
Quelle bataille s’engage autour de la donnée ?

Est-ce l’innovation technologique ?

CHRONOLOGIE DES MOYENS DE PAIEMENT



DEMAIN ?



3P

aiement

rotection

lateforme

→

→

→

3S

tratégie monétaire

tabilité financière

ervice à l’économie

#1 L’offre d’emploi de Square

Square

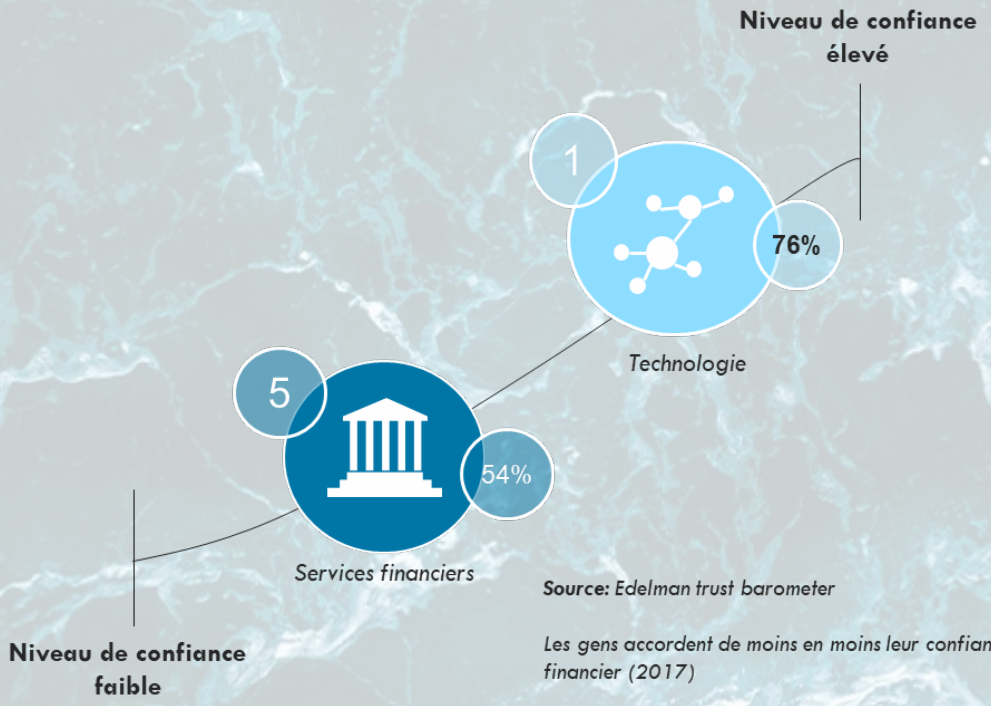
#2 De nouveaux acteurs dans le paysage bancaire

	Google	amazon	f	Apple	Baidu 百度	Alibaba.com	Tencent 腾讯	mi
PAIEMENT								
✓ Sans contact	G Pay	amazon pay		Pay	百度钱包 Baidu Wallet	Alipay		MI-PAY
✓ Peer to Peer	PayPal (Partenariat)							
✓ Intégré aux messageries				PayCash			WeChat	
CREDIT								
✓ Financement/ Facilité de paiement		amazon				蚂蚁金服 ANT FINANCIAL		
✓ Prêt pour les PME		amazonlending				芝麻信用 ZHIMA CREDIT 花呗 HUABEI		
INVESTISSEMENT								
✓ Produits d'investissements						YU'E BAO		

UNE DIVERSITÉ DE PRODUITS QUI COUVRE DE PLUS EN PLUS LE CATALOGUE DES BANQUES TRADITIONNELLES

#2 Pourquoi la technologie révolutionne t-elle les paiements ?

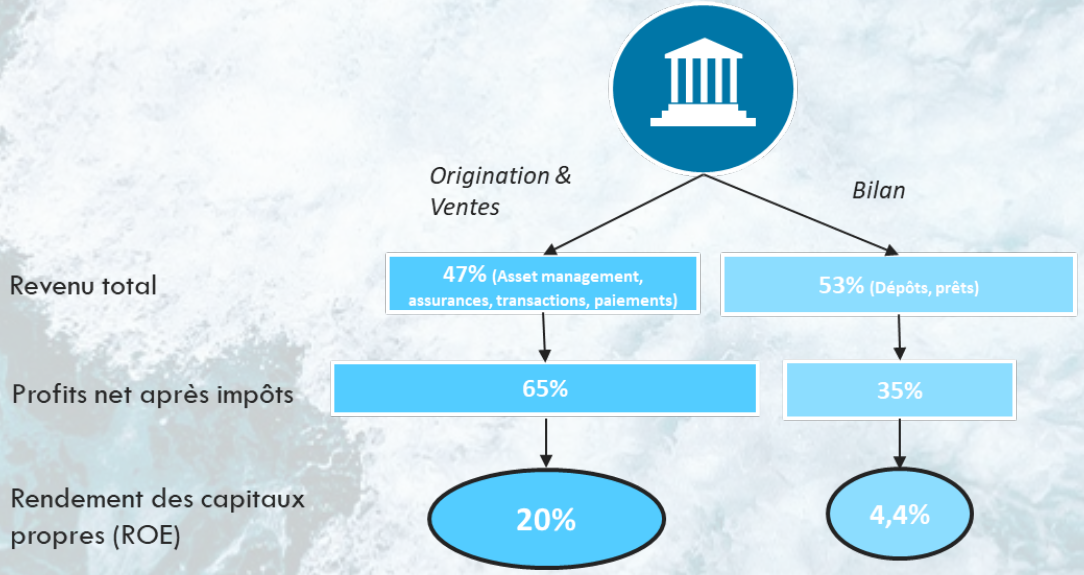
Les **entreprises technologiques** incarnent plus le concept de **confiance** que le secteur bancaire



Source: *Edelman trust barometer*

Les gens accordent de moins en moins leur confiance au secteur financier (2017)

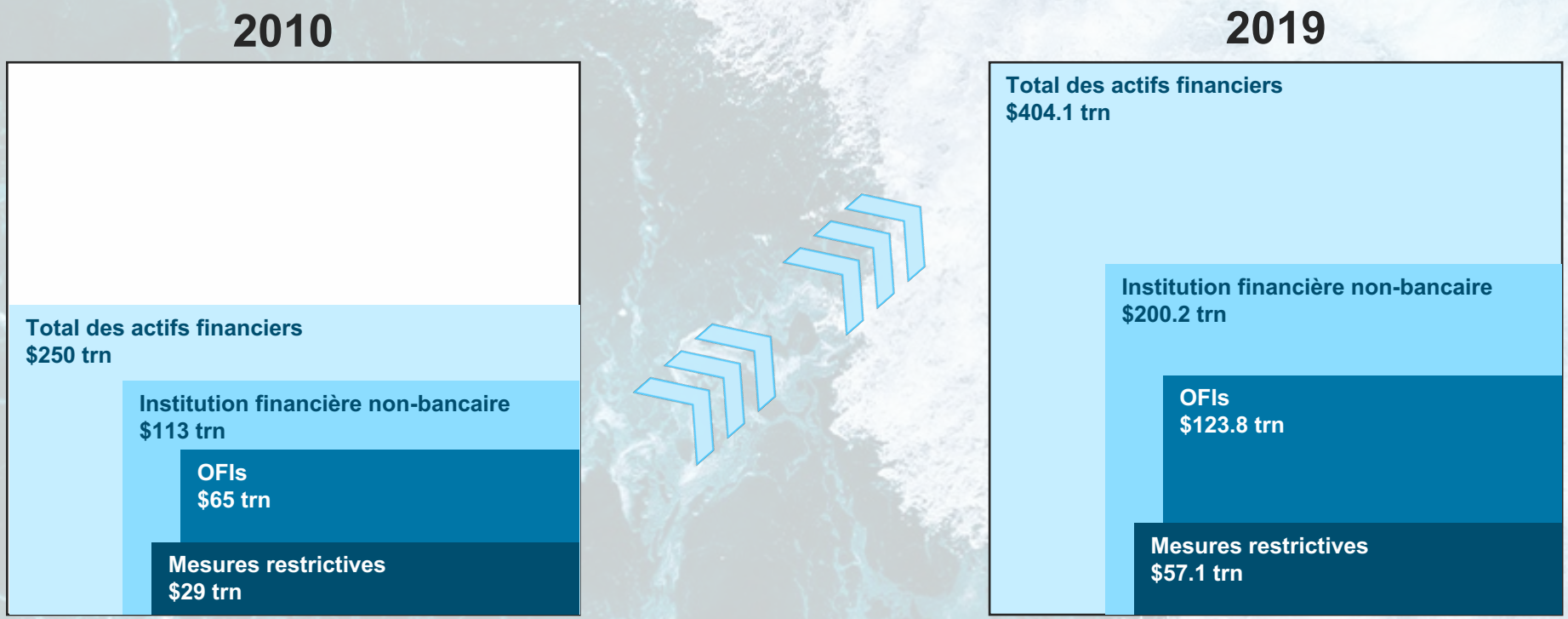
Les **GAFA / BATX** attaquent le segment **le plus rentable des services financiers**



Source: *McKinsey 2017 « Remaking the bank for an ecosystem world »*

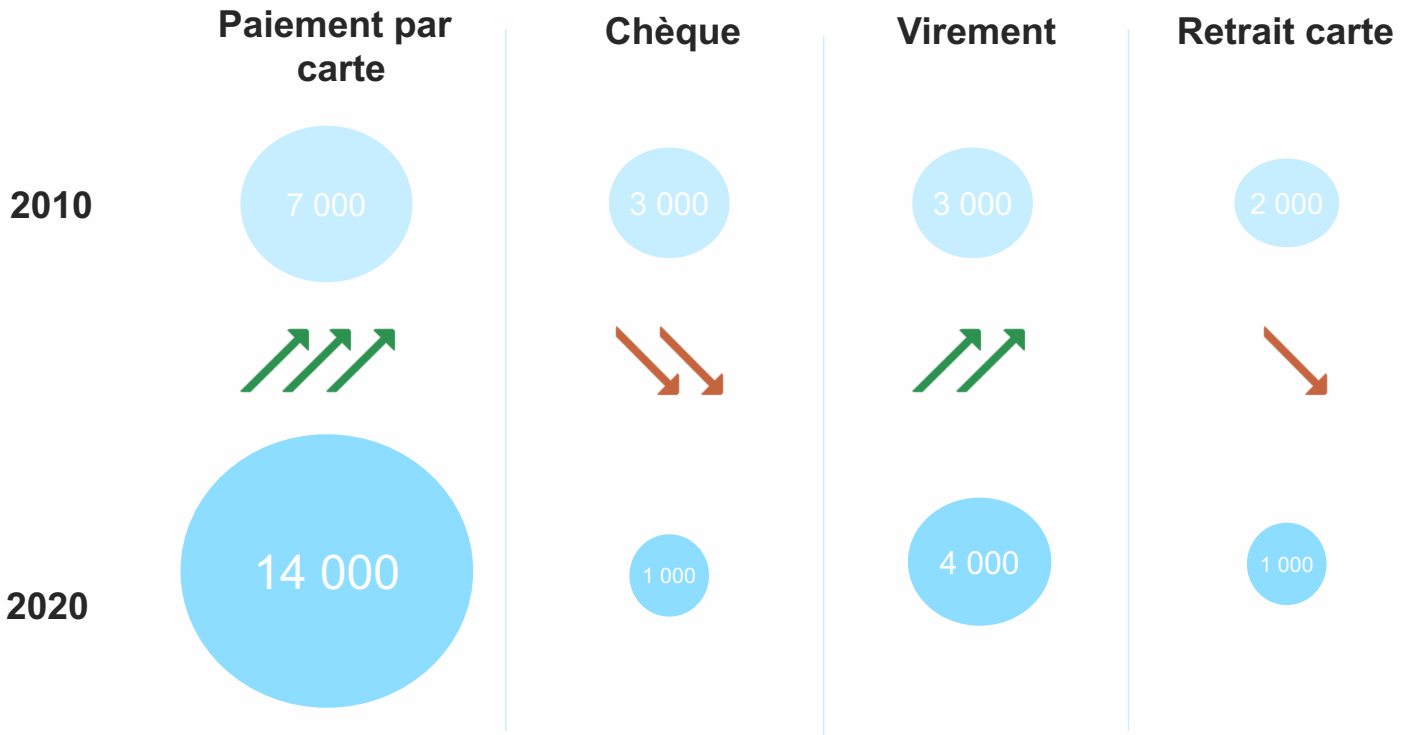
Les GAFA se sont positionnés sur les activités bancaires procurant le plus de profits (Origination & Sales). Le bilan des banques est lourd ce qui empêche ce qui empêche de développer le ROE

#3 Poids des actifs financiers



#3 MASSE MONÉTAIRE ET TENDANCES

Usage des moyens de paiement en France de 2010 à 2020, en millions d'opérations.
Source : rapport 2020 de l'OSMP, juillet 2021, page 22



112
Milliards de paiement en e-commerce
sur 578 milliards en France en 2021
vs. 31 milliards d'euros de paiement e-commerce en 2010

25%
Taux de pénétration de l'e-commerce d'ici 2025

81%
Des Français ne souhaitent pas voir le cash disparaitre

ÉCOSYSTÈME DES PAIEMENTS

COMPORTEMENT D'ACHAT

amazon, Google, Tencent 腾讯, Alibaba.com, Baidu 百度

GÉANTS DU NUMÉRIQUE

ACTE D'ACHAT

amazon pay, Alipay

E-COMMERCANTS

COMMERCANTS PHYSIQUES

ACTE DE PAIEMENT

VIREMENT

Google Pay, Apple Pay, Huawei pay, paybyphone, Samsung Pay

PAIEMENT MOBILE

ESPÈCES

payfip, Skrill, Lydia, PayPal, TransferWise, kwixo, PAYTOP

MONNAIE ÉLECTRONIQUE

PRESTATAIRES DE SERVICE DE PAIEMENT

Groupe BPCE, BNP Paribas, Crédit Agricole, payfip, Société Générale

BANQUE

CARTE BANCAIRE

VISA, MasterCard

RÉSEAU DE CARTE DE PAIEMENT

Square, adyen, stripe, worldline, ingenico GROUP

TERMINAL DE PAIEMENT ELECTRONIQUE

HiPay, MONEXT

PAIEMENT ELECTRONIQUE

SERVICES ASSOCIÉS À L'ACHAT

Scoring, ticket dématérialisé, facturation électronique, programme de fidélité, paiement fractionné

LA DATA COMME LEVIER STRATÉGIQUE

COMPORTEMENT D'ACHAT

Données contextuelles ou comportementales

- Connaissance client
- Géolocalisation
- Caractéristiques des produits prospectés en amont de l'achat
- Temps passé à prospecter

Plus faciles à collecter lors d'un achat en ligne et accessibles aux grands acteurs géants du numérique

ACTE D'ACHAT

Données d'achat ou de caisse

- Caractéristiques des produits achetés
- Date et lieu de l'achat
- Identifiants de la carte de fidélité

Observées lors de l'acte d'achat, collectées et historicisées par les commerçants

ACTE DE PAIEMENT

Données de paiement

- Identifiants du moyen de paiement utilisé
- Montant de la transaction
- Date et heure du paiement
- Identité du commerçant
- Identité du bénéficiaire
- IBAN
- Score de lutte anti-fraude du client

Dépendent du moyen et système de paiement utilisés et sont traditionnellement historicisées par les acteurs bancaires

Données liées au non-paiement : identification des ruptures de processus ou causes d'abandon / complexité de parcours

- Les **raisons** de l'abandon du panier **:** le prix, le temps de chargement du site, les coûts d'expédition, la rapidité de livraison et les réductions disponibles.
- Le taux d'abandon de panier sur **mobile est plus élevé** (97%) que celui sur ordinateur (entre 70 et 75%)

➔ Capacité à améliorer l'expérience et des parcours clients

DES INNOVATIONS À TROIS NIVEAUX DE LA CHAÎNE DE VALEUR

1 MONNAIE

Monnaie électronique / Cryptomonnaie

2 MOYENS DE PAIEMENT

Carte biométrique

Paiement mobile

E-wallet

Paiement sans contact

Virement instantané

Request to pay

3 SERVICES

Ticket dématérialisé
Facturation électronique

JustWalkOut

4x sans frais

Paiement fractionné

Service au commerçant :
prévision de trésorerie / de CA de fin de journée

#Révolution

#Liberté