



## **Paiement : les tendances à suivre en 2018**

2017 aura été une année importante pour le paiement tant d'un point de vue réglementaire avec l'arrivée de la DSP2 visant à plus de sécurité et de transparence des services de paiement électronique sur internet, que d'un point de vue technologique avec de nombreuses innovations permettant de rapprocher vente en magasin et vente en ligne pour fluidifier les parcours d'achat des consommateurs et les personnaliser.

L'évolution des modes de consommation a été au cœur de l'ensemble de ces mutations en 2017 et le sera tout autant en 2018 : le paiement sera à la fois contraint et soutenu par des évolutions réglementaires et des innovations technologiques. Autant de défis que les différents acteurs (banques, Fintech, e-commerçants...) auront à relever en 2018.

### **Choix de la marque sur les paiements par carte Bancaire**

Le règlement Européen impose aux e-commerçants d'offrir aux acheteurs la possibilité de choisir la marque de leur carte bancaire (CB, Visa ou Mastercard) au moment du paiement. Un changement anodin ? Pas tant que ça, car si la tendance est à la fluidification du tunnel de paiement, le choix de la marque peut potentiellement rajouter une étape supplémentaire au processus. C'est un challenge pour les e-commerçants qui vont avoir à imaginer de nouveaux scénarios de paiement en 2018 pour se conformer à cette réglementation.

### **DSP2, nouvelles donnes avec les derniers RTS**

Restons sur la thématique réglementaire avec la DSP2 (Directive sur les services de paiement) qui sera à suivre de près en 2018 car, si son entrée en vigueur est prévue dès janvier, elle se fera plus certainement fin 2018 ou début 2019.

Rappelons que fin novembre 2017, ce sont les derniers Standards techniques et réglementaires (RTS) qui ont été publiés par la Commission européenne. Sauf si ces RTS sont rejetés par le Parlement européen dans les deux mois qui viennent, leur application sera effective dans 18 mois. Au cœur de la DSP2, ces standards visent notamment à réguler les échanges de données bancaires et à renforcer leur sécurité. S'ils vont impacter le e-commerce, ils vont également être sources de nouvelles opportunités :

- L'ouverture par les banques aux données bancaires via un accès direct sécurisé pour les prestataires de paiement permettra à coup sûr de créer de nouveaux usages via des APIs et, par rebond, de proposer plus d'agilité et d'innovation dans les services de paiement.
- La généralisation du système d'authentification forte va imposer aux banques d'avoir recours à deux systèmes de vérification pour confirmer l'identité des clients. Cette authentification forte pourra aussi permettre un meilleur service d'échange d'informations entre les commerçants et les banques des clients.
- Les marketplaces devront fournir plus de transparence à l'acheteur en faisant notamment apparaître sur le relevé de compte de l'acheteur le nom du sous-marchand.
- L'obligation d'avoir un taux d'impayé en dessous de 0.13% pour un panier n'excédant pas 100 euros pour débrayer le 3DS systématique : l'enjeu pour le commerçant ne sera pas d'atteindre 0 impayé (au risque de bloquer des ventes « saines ») mais de trouver le bon équilibre entre conversion et protection contre la fraude.

2018 sera donc l'année de préparation pour la mise en conformité.

## 3D Secure 2.0, pour une authentification forte

En 2018, les paiements en Europe devront donc bénéficier d'une authentification forte suivant certains critères. Une authentification forte requiert l'utilisation d'au moins deux éléments indépendants parmi :

- > Ce que j'ai : téléphone, token
- > Ce que je sais : mot de passe, code PIN,...
- > Ce que je suis : empreinte digitale, reconnaissance vocale, reconnaissance faciale

Le 3D Secure actuel ne répond pas à ces critères. Il devra donc laisser la place au nouveau protocole 3D Secure 2.0.

Avec la DSP2, la banque de l'acheteur (banque émettrice) devra estimer le niveau de risque d'une transaction et ainsi décider du niveau d'authentification requis. Elle sera donc en droit de demander des données supplémentaires pour l'authentification si elle estime que le paiement a un niveau de risque trop élevé. De ce fait, les e-commerçants et les plateformes de paiement devront pousser vers les banques émettrices un maximum d'informations pour faciliter la qualification du niveau de risque du paiement.

Le 3D Secure 2.0 sera l'une des réponses apportées par les banques car ces dernières, associées aux émetteurs de cartes, se penchent sur le sujet depuis longtemps déjà et plusieurs innovations technologiques, qu'il faudra suivre de près, commencent à voir le jour (ultrason, empreinte digitale, carte bancaire avec reconnaissance digitale, reconnaissance vocale).

## Le chatbot, nouveau canal de vente

Selon une étude de Gartner, 85% des interactions clients dans le commerce seront gérées par l'Intelligence artificielle (IA) d'ici 2020. Nous avons constaté cette évolution en 2017, avec l'apparition de nombreux chatbots au service des internautes sur des sites e-commerce.

En 2018, l'enjeu sera donc de pousser le parcours client sur chatbot jusqu'à l'étape du paiement et ainsi en faire un canal de vente distinct et complémentaire pour :

- garder captif un potentiel client en le conseillant jusqu'à la validation de son achat
- générer des achats d'impulsion ou des ventes additionnelles
- offrir une relation « humanisée » 7/7 et 24/24 tout en gardant comme objectif la finalisation de ventes
- fidéliser ses clients via une approche social networking
- simplifier l'expérience d'achat de bout en bout (pas d'effet de rupture)

## World Wide Web Consortium (W3C), le paiement de demain arrive

Membre du W3C depuis 2016, Lyra œuvre à construire les standards de demain pour apporter toujours plus de facilité dans le paiement tout en assurant une sécurité maximale. Pour se faire, Lyra s'implique dans plusieurs groupes de travail : Web Payments Working Group et Web Payments Information Group.

Les axes majeurs d'études sont le paiement via le navigateur (Chrome, Edge, Firefox, Safari...) pour le e-commerce et le mobile, et de nouveaux systèmes d'authentification incluant la tokenisation.

## **À propos de Lyra :**

Fondée en 2001, Lyra sécurise les paiements en e-commerce et proximité et développe des services à valeur ajoutée pour gérer au quotidien les transactions et les équipements. Basée à Toulouse, Lyra est présente à l'international avec 8 filiales (Algérie, Allemagne, Brésil, Chili, Espagne, Inde, Mexique et Argentine). Le groupe compte plus de 250 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 53 M€ (en taux de change constant) en 2016.

Lyra en quelques chiffres :

- 1 paiement sur 2 en France passe par Lyra
- + de 9 milliards de paiement sécurisés et transmis en 2016
- + de 45 000 e-commerçants
- + de 3 000 000 de terminaux de paiement dans le monde

Ses services sont agréés PCI DSS, Visa merchant Agent et GIE Cartes Bancaires.

<http://www.lyra.com>

### **Contacts presse Lyra : Agence RP au carré**

Amandine Ferré – [amandine@asuwish.fr](mailto:amandine@asuwish.fr) / 06 15 25 88 60

Carine Lennuyeux – [carine.lennuyeux@rp-aucarre.com](mailto:carine.lennuyeux@rp-aucarre.com)