



# L'ÉVOLUTION DES PAIEMENTS

Leonard Jansen | Ward Hagenaar



# AVANT-PROPOS

*Dans le monde des paiements, le changement est souvent progressif et imperceptible. Qui se souvient encore des chèques et du cash ? Au cours des dernières décennies, ces modes de paiement ont régressé au profit du paiement électronique, avec à la clé un précieux rééquilibrage entre les transactions online et offline.*

Dans ce livre blanc intitulé 'L'évolution des Paiements', nous vous invitons à découvrir les différentes évolutions du monde des paiements.

Ces évolutions sont rapides et fascinantes. Et comme nous effectuons quotidiennement de multiples paiements, nous ne remarquons plus à quel point ce paysage évolue d'année en année.

Aujourd'hui, vous n'effectuez presque plus de retraits d'argent liquide à un distributeur automatique, alors que cette opération était habituelle il y a une dizaine d'années. Cette évolution est à mettre à l'actif de l'excellente infrastructure de paiement dont nous disposons en Belgique. Quelles sont les innovations dont le déploiement a été accéléré par la pandémie et par les confinements successifs ? Comment les commerçants peuvent-ils générer une synergie entre leurs activités physiques et online ? Vous trouverez les réponses dans ce livre blanc.

**Vous dirigez une entreprise et vous aimeriez savoir comment intégrer nos innovations de paiement dans vos activités ? N'hésitez pas à nous contacter, ou consultez de plus amples informations sur notre site internet.**



**Leonard Jansen**  
Product Manager  
Acquiring Services

**Ward Hagenaar**  
Head of Consulting &  
co-Founder PaymentGenes





# SOMMAIRE

L'histoire des paiements : du chèque au paiement sans contact	04
L'impact sur covid sur les innovations	06
Que souhaitent les clients en 2022 ?	09



# L'histoire des paiements :

# DU CHÈQUE AU PAIEMENT

# SANS CONTACT

Les chèques, vous vous souvenez ? Pendant des décennies, ils ont servi de moyen de paiement. Payer par chèque était cependant une opération fastidieuse, car il fallait d'abord le compléter et le signer, puis attendre plusieurs jours avant qu'il soit traité. Pour les commerçants, le chèque n'était pas idéal, loin de là.

Heureusement, cette période est révolue. Au fil des ans, des avancées majeures ont été réalisées vers le paiement électronique, beaucoup plus efficace. Ces avancées bénéficient tant à l'e-commerce qu'à l'in-store. Ci-dessous, nous vous invitons à découvrir les jalons marquants de l'histoire du paiement:

Fin des  
années '80

Le chèque en papier est progressivement supplanté par une carte de paiement en plastique. C'est la carte de débit, qui est liée à un compte bancaire. Les stations à essence sont un des moteurs de cette bascule du paiement comptant vers le paiement électronique.

La rapidité et la sécurité sont les deux atouts appréciés par les gérants de ces stations.

Lancement de la puce rechargeable. À partir de votre compte bancaire, vous 'chargez' un petit montant sur cette puce, après quoi vous payez en un instant à partir de cette puce. Ce moyen de paiement connaît un franc succès dans les parkings et les cantines scolaires.

Milieu des  
années '90

Fin des  
années '90

Avènement de l'e-commerce et de modes de paiement via internet, tels que PayPal

La bande magnétique de la carte de débit est modernisée, car elle est trop simple à pirater. Elle est bientôt remplacée par la puce, qui accroît considérablement la sécurité des transactions. Il suffit désormais d'insérer sa carte à puce dans le terminal de paiement et d'introduire son code secret.

2005

2013

Le paiement sans contact fait son apparition. Il suffit au consommateur d'approcher sa carte de débit du terminal pour que le paiement s'effectue. L'étape suivante est le paiement par smartphone ou montre connectée. Toutes ces évolutions poursuivent le même objectif : rendre le paiement aussi simple que possible.

## Comment les nouveaux moyens de paiement sont-ils acceptés et adoptés?

L'adoption des nouveaux modes de paiement se déroule toujours selon le même schéma : des 'précurseurs' découvrent et apprécient le nouveau moyen de paiement, après quoi cette acceptation s'étend progressivement au grand public. Après quelque temps, la nouvelle méthode de paiement est à ce point généralisée que les réfractaires de la première heure finissent par suivre.



# L'IMPACT DU COVID SUR LES INNOVATIONS DE PAIEMENT

Mars 2020. L'épidémie de covid-19 s'étend à la planète entière. Chez CCV, le téléphone sonne sans discontinuer : comment faire pour nettoyer nos terminaux de paiement ? Le risque de contamination doit impérativement être minimisé.

En concertation avec les émetteurs de cartes de paiement (les banques), nous réagissons au quart de tour, notamment en augmentant le plafond du paiement sans contact. Cette mesure est très utile, tant pour les commerçants que pour les consommateurs. Son effet est immédiat. Cette nouvelle habitude de paiement subsiste après les confinements. Il est devenu inimaginable de se passer de ce confort et de cette facilité de paiement.

# Confinements et Click & Collect

Comme les magasins et restaurants doivent fermer leurs portes, de nouveaux modèles de vente/consommation voient le jour et se développent. Un exemple ? Le Click & Collect : la commande se passe par téléphone, après quoi le consommateur en prend livraison dans un magasin physique. Aujourd'hui, ce modèle reste intéressant, car il génère du trafic pour le magasin physique. Le Click & Collect fidélise le client et augmente le panier moyen. Les petits commerçants l'apprécient également. Par ailleurs, d'autres groupes cibles sont démarchés, grâce à l'intégration des points de vente online et offline.

CCV vous propose une solution tout-en-un pour votre webshop. N'hésitez pas à rapprocher votre webshop et votre magasin physique.

Consultez de plus amples informations sur CCV Shop



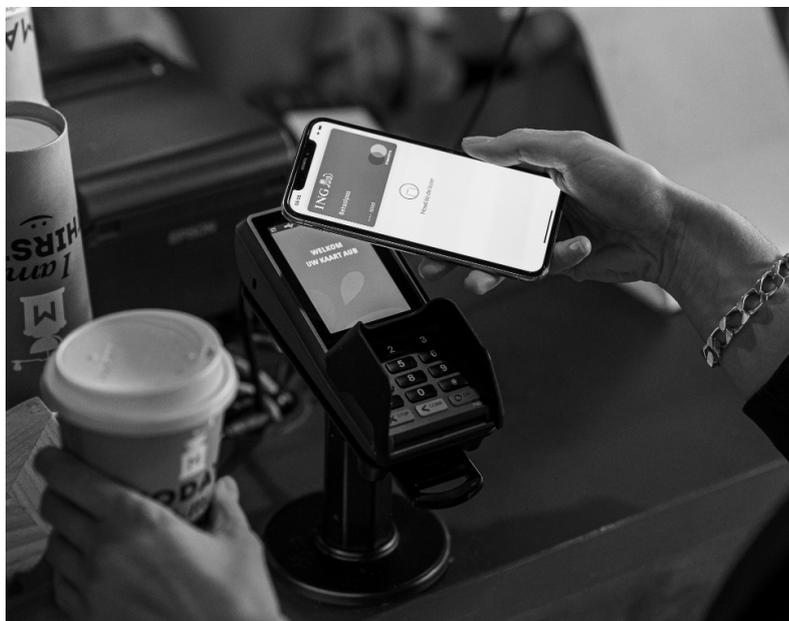
# Le volume de cash est en baisse

Grâce notamment au relèvement du plafond de paiement sans contact, le volume d'argent liquide en circulation se réduit. Cette évolution est bénéfique tant pour les consommateurs que pour les commerçants : les premiers ne doivent plus prélever ni transporter du cash, et les seconds ne doivent plus déposer aussi souvent leurs liquidités dans leur agence bancaire. Les commerçants évitent des frais et bénéficient d'un surcroît de sécurité.

Depuis quelques années, les paiements en liquide sont en chute libre. Une tendance encore accélérée par la pandémie. Post-covid, on estimait à 25% la proportion des paiements qui se feraient encore en cash. Aujourd'hui, cette proportion n'est plus que de 20% et un nombre croissant de commerçants optent pour le 'no cash'. La majorité des consommateurs estime qu'il est logique que l'argent liquide ne soit plus accepté. En tant que commerçant, le moment est donc idéalement choisi pour passer au paiement 100% électronique.

Découvrez notre plan d'intégration du paiement cashless dans votre entreprise.

Découvrez nos conseils



# Les nouveaux modes de paiement

La pandémie a eu un impact considérable sur de nombreux secteurs. Désormais, le personnel est difficile à trouver et les effectifs disponibles doivent être utilisés aussi efficacement que possible. La commande et le paiement par code QR se révèlent particulièrement efficaces dans les restaurants. Dans les hôtels, il est aujourd'hui possible de coupler votre carte de paiement à la carte d'accès. Lors du check-out, le service en chambre et la note de bar sont automatiquement imputés.



# QUE SOUHAITENT LES CLIENTS EN 2022 ?

*Lorsque l'on conçoit et déploie un nouveau moyen de paiement, il est indispensable de satisfaire à un impératif : répondre aux attentes des clients. Mais comment faire pour qu'une innovation de paiement s'impose auprès du grand public ?*

## Buy now, pay later

Depuis quelques années, le paiement 'Buy Now, Pay Later' (BNPL) est en progression constante. Les méthodes de paiement BNPL inspirées de l'univers online sont transposées aux magasins physiques : 'Payez votre vélo en trois mensualités', ou 'Ne payez votre nouveau salon que dans 30 jours'. Exactement ce que souhaitent les clients. Ce nouveau modèle est un authentique win-win, car il booste la conversion et le montant moyen de la transaction.

Au début, le BNPL a surtout été adopté par le secteur des vêtements online. Vous commandez deux bermudas (parce que vous hésitez entre le bleu et le gris), vous renvoyez celui que vous ne voulez pas et vous payer l'autre après 30 jours. Ce concept s'applique aussi en in-store, lorsque le consommateur n'achète pas l'article pour lui-même.

## Fidéliser le client

Les grandes entreprises/enseignes, telles que retailers, compagnies aériennes et stations à essence utilisent intensivement des programmes de fidélité. Le but est de mieux connaître leurs clients, pour les fidéliser et générer ainsi des achats récurrents. Les plus petits commerçants (ou groupements d'entreprises) souhaitent aussi atteindre cet objectif.

CCV leur donne cette possibilité, grâce à des systèmes de fidélité pouvant être mis en œuvre pour les entreprises de toute taille. Tant dans les magasins physiques que pour les webshops.

Pour fidéliser vos clients, CCV est votre interlocuteur idéal. Nous vous proposons une solution optimale, que votre entreprise soit grande ou petite.

Plus d'infos sur notre système de fidélisation



# Diverses cultures du paiement

Les attentes des consommateurs diffèrent selon les cultures. Online, nous y répondons déjà très bien, par un concept de vente transfrontalier et des modes de paiement adaptés. Dans les magasins physiques, cette évolution est également perceptible, au travers de l'acceptation de modes de paiement alternatifs tels qu'Alipay. Ainsi que via des paiements par des cartes de débit internationales comme Mastercard et Visa. Les études prouvent que lorsqu'un client peut payer via une méthode qui lui est familière, il dépense plus.

## De quoi avez-vous vraiment besoin ?

En tant que commerçant, examinez les nouvelles méthodes de paiement et posez-vous la question suivante : 'De quoi ai-je vraiment besoin ?' Une boutique de mode au cœur de Bruxelles n'a pas les mêmes besoins qu'un boulanger de village. Faites donc des choix réfléchis, en fonction de votre situation. Si vous pouvez répondre par l'affirmative à la question 'Est-ce que j'accueille mes clients comme ils le souhaitent ?', vous êtes dans le bon. Lorsqu'une innovation se profile, demandez-vous si elle peut vous être utile.

Vous souhaitez découvrir les méthodes de paiement qui vous conviennent ? Consultez notre site internet.

Découvrez nos solutions



# Vous souhaitez rester informé ?

Vous désirez être informé des évolutions et innovations en matière de paiement ? Consultez CCV Digital Exchange, la plateforme de savoirs sur tout ce qui concerne les paiements. Vous y trouverez de multiples contenus captivants : webinaires, podcasts, livres blancs...

Ces contenus sont à portée de main. Gratuitement.

Plus d'infos



# Empowering payment !

CCV est une société familiale animée par l'esprit d'entreprise et le sens de l'innovation. Nous comprenons vos ambitions et sommes idéalement placés pour vous aider à les concrétiser. Nous servons plus de 600.000 clients dans toute l'Europe en mettant à leur disposition des solutions de paiement end-to-end fiables et tournées vers l'avenir. Riches de plus de 60 ans d'expérience dans le secteur des paiements et d'une présence active dans 15 pays, notre succès repose sur la qualité du service que nous offrons à nos clients, petits et grands.

## ABOUT US

### Nos bureaux en Europe

#### Belgique

Kortrijk, Ypres, Hasselt

#### Allemagne

Au in der Hallertau,  
Moers, Berlin, Hambourg

#### Pays-Bas

Arnhem, Hengelo, Velp



## Faits & Chiffres



750 000  
terminaux  
de paiement installés



1 000 000  
transactions token



Nous gérons **1 milliard**  
de transactions en magasin  
par an



150 000 clients  
en Europe



170 000 000 €  
de chiffre d'affaires annuel



Nous gérons **350 000**  
transactions online par mois



**Gardons le contact**

0800 22 789

[www.ccv.eu/be-fr](http://www.ccv.eu/be-fr)

