



OÙ VA  
LE VOYAGE  
D'AFFAIRES ?

Une série  
en 5 épisodes  
by CDS Groupe

## ÉPISODE 4

# MOYENS DE PAIEMENT : LE DIGITAL À PLEINE PUISSANCE



Ziad  
MINKARA,  
directeur  
général de  
CDS Groupe

**Viva Techology**, le plus grand salon européen de la Tech et des start-up, s'est tenu à Paris il y a quelques jours dans une formule hybride mixant virtuel et présentiel, assortie de nombreux services digitaux.

Cette réinvention des salons, et plus particulièrement d'un salon dédié à la technologie, donne le ton des bouleversements que va connaître le voyage d'affaires. Dans les années qui viennent, notre secteur va être totalement revisité à un rythme soutenu par les technologies numériques, à la mesure, pensons-nous, de ce qu'a connu le voyage de tourisme dans les années 2000.

Les changements en cours dans les moyens de paiement, auxquels nous consacrons ce 4<sup>e</sup> épisode de notre série, en sont certainement la manifestation la plus évidente. CDS Groupe entend bien être à la pointe de ces changements et encourager tous ses partenaires à embrasser cet avenir prometteur avec détermination.

**LA CRISE** sanitaire n'a pas à elle seule bouleversé les moyens de paiement, mais elle a accéléré les changements d'habitudes autour de trois axes : digitalisation, distanciation, dématérialisation. Paiement sans contact, paiement mobile, paiement instantané et en temps réel... Le rythme d'adoption de ces innovations était en France relativement lent, mais il est désormais stimulé à la fois par les circonstances et par les évolutions du cadre réglementaire. La carte bancaire plastique pourrait bientôt devenir un objet iconique et nostalgique. Les tendances du B2C vers la réduction de la friction dans l'acte de paiement vont inévitablement finir par impacter le B2B, même si celui-ci est soumis à davantage de contraintes.

## MOYENS DE PAIEMENT : UN PAYSAGE EN PLEIN BOULEVERSEMENT

Digitalisation, distanciation, dématérialisation... Ces trois phénomènes se sont mutuellement renforcés sous l'effet de la pandémie pour accélérer l'adoption de nouveaux usages de paiement, comme l'explique Olivier Perrin d'EY.

Premièrement, dans le cadre du commerce de proximité, le paiement sans contact a été promu et adopté pour respecter la distanciation sociale, avec une élévation du plafond de transaction. Le paiement traditionnel par carte avec saisie du code pin sur terminal se voit ainsi dépassé, y compris dans les points de vente physiques.

Deuxièmement, du fait de la pandémie, une partie importante du commerce a basculé vers le e-commerce, entraînant une augmentation des transactions par carte bancaire de l'ordre de 20 à 30 %. Mais ici encore, le paiement online sur un site ou une application d'e-commerce ne se confond pas avec un paiement par carte bancaire classique. Il nécessite une authentification forte pour sécuriser le paiement et renforcer la confiance entre les parties à la transaction.

Troisièmement, les volontés des acteurs du commerce et des services financiers se conjuguent pour augmenter la fluidité de l'expérience consommateur et réduire la place de l'acte de paiement. C'est ce qu'illustre, par exemple, le concept Amazon Go dont le premier point de vente européen vient d'ouvrir en mars 2021 à Londres. Ce parcours d'achat sans caisse s'apparente quasiment à une expérience de commerce en ligne mais dans un magasin physique. Concrètement, le consommateur ouvre l'application sur son mobile, qu'il aura préalablement liée à un moyen de paiement, il saisit les articles qu'il souhaite et qui sont alors ajoutés au panier virtuel de l'app. Lorsqu'il repasse le portique, les mains vides, il est facturé et débité en mode « zéro click ». Cela n'est pas sans rappeler le film *Minority Report* dans lequel Tom Cruise authentifiait son paiement par un scan de l'œil. Dans cette perspective, il se pourrait que, demain, le passage à la réception d'un hôtel pour payer son séjour ne soit plus qu'un lointain souvenir.

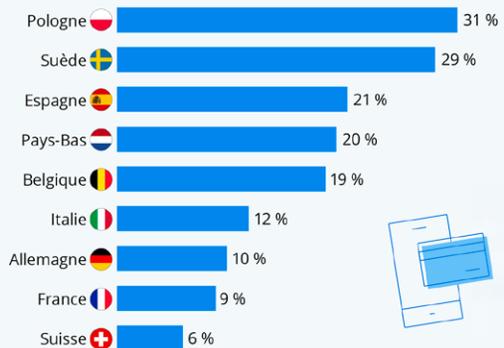
Toutes ces tendances ouvrent, dans l'immédiat, la voie à une adoption croissante du paiement mobile (Apple Pay, Google Pay, Paylib, etc.), qui a encore beaucoup de retard en France où seul 1 Français sur 10 l'utilise<sup>1</sup>. L'Union européenne est en retard par rapport à l'Asie, et particulièrement par rapport à la Chine où 92 % des Chinois urbains utilisent Wechat Pay ou Alipay comme principal moyen de paiement.

## Le paiement mobile a encore beaucoup de retard en France où seul 1 Français sur 10 l'utilise

Le passage au paiement mobile induit aussi une évolution vers le paiement instantané, en temps réel et de compte à compte, à la manière d'un virement ou prélèvement bancaire. Cette évolution est soutenue par la Banque centrale européenne dans le cadre du projet *European Payments Initiative*<sup>2</sup>. Les tendances du B2C vers la réduction de la friction dans l'acte de paiement vont inévitablement venir impacter le B2B, et donc le *business travel*.

### L'ADOPTION DU PAIEMENT MOBILE EN EUROPE

Part des répondants ayant utilisé le paiement mobile dans les pays sélectionnés en 2020\*



\* Étude menée en ligne en juillet-août 2020 auprès de 1 000 à 2 000 répondants par pays (18-64 ans).  
Source : Statista Global Consumer Survey



statista

## QUEL IMPACT SUR LES SOLUTIONS DE PAIEMENT DANS LE BUSINESS TRAVEL ?

Face à l'explosion des paiements en ligne et pour réduire la fraude, la Commission européenne a adopté une nouvelle directive dite DSP2<sup>3</sup>. Celle-ci impose, entre autres mesures, l'obligation de *l'authentification forte* (ou SCA<sup>4</sup>), c'est-à-dire la conjonction d'au moins deux facteurs parmi un code ou mot de passe que l'on connaît, un appareil que l'on possède et une donnée biométrique telle que l'empreinte digitale, la voix ou l'iris, pour tout paiement en ligne de plus de 30 euros. La directive ouvre également l'accès aux informations sur les comptes bancaires – avec autorisation du client – aux nouveaux prestataires de services de paiement ou PSP tiers, ce qui va soutenir l'arrivée de nouveaux acteurs dans les services financiers, dont les fintech. Cette réglementation a un effet direct sur les solutions de paiement utilisées pour les voyages d'affaires.

Les cartes corporate (ou cartes d'affaires) sont soumises à une authentification forte, ce qui représente une contrainte pour les voyageurs et devrait donc entraîner une désaffection progressive à leur égard. Elles restent toutefois nécessaires pour de nombreuses dépenses régionales localement (restaurants, taxis, etc.).

En revanche, les cartes logées et les cartes virtuelles, qui sont déjà très sécurisées et connaissent un faible taux de fraude, sont exemptées de SCA. Toutefois, comme le précise Julie Troussicot d'AirPlus, « *cette exemption n'est pas donnée à vie* » et oblige l'émetteur de la solution de paiement à justifier de son taux de fraude auprès du régulateur pour continuer à être exempté. Quelle différence entre carte logée et carte virtuelle ?

*La carte logée* a été inventée, il y a quasiment quarante ans, par American Express. Il s'agit d'une carte utilisée pour payer les voyageurs (air, fer, location de voitures, hôtellerie) via l'agence de voyages. Elle donne accès à un compte « logé » dans le procédé de réservation, ce qui supprime les avances de frais et centralise la facturation des prestations. Accompagnés d'un système de

relevé mensuel unique, tous les achats de billets sont intégrés directement dans le système d'information (SI) de l'entreprise cliente. Mais elle ne permet pas de régler totalement l'hôtellerie ni la location de voitures.

*La carte virtuelle*, plus récente, combine les avantages d'une carte corporate classique à celle d'une carte logée. Elle permet de régler n'importe quelle dépense à distance, en disposant d'un haut niveau de sécurité grâce à l'utilisation de numéros à usage unique, et d'intégrer ensuite ces dépenses dans les systèmes d'information. Certains prestataires anticipent que la carte virtuelle pourrait à terme supplanter la carte d'affaires et la carte logée en raison de sa souplesse et de sa simplicité d'usage pour les collaborateurs.

Globalement, ce qui se dessine est une centralisation accrue de tous les paiements pouvant être opérés en amont d'un voyage et une suppression de tous les contacts liés au paiement. Les grands comptes recherchent dans ce but un interlocuteur unique proposant l'ensemble des solutions de paiement et avec une couverture géographique très large.

## LE DIGITAL AU SERVICE DE LA FACILITATION

Les apports du digital et de l'intelligence artificielle ne se limitent pas à l'acte de paiement. Ils jouent également un rôle facilitant dans le domaine de l'automatisation complète du traitement des notes de frais, si fastidieux pour les voyageurs (et les autres). Il est désormais devenu courant de pouvoir au sein d'une application photographier ses justificatifs à valeur probante, qui seront automatiquement intégrés dans la note de frais. Certains prestataires comme Expensya vont plus loin en intégrant dans un même système : la demande d'approbation de la transaction par l'entreprise, le paiement, et la récupération de la pièce justificative en vue de son traitement comptable. Cela représente un allègement considérable des tâches pour tout voyageur et un service que son entreprise peut lui rendre pour améliorer sa satisfaction.

1. Étude menée en juillet-août 2020 par Global Consumer Survey et diffusée par Statista sur le développement de l'usage des applications de paiement via smartphone. <https://www.moneyvox.fr/carte-bancaire/actualites/83855/paiement-mobile-un-blocage-en-france>
2. L'European Payments Initiative (« initiative européenne pour les paiements » ou EPI) est une initiative d'intégration des paiements de la Banque centrale européenne, soutenue par une vingtaine de banques européennes majeures, visant à créer un système de paiement et réseau interbancaire paneuropéen censé concurrencer puis remplacer les systèmes nationaux de cartes bancaires.
3. Directive 2015/2366/UE.
4. SCA : *Strong Customer Authentication*.
5. Lancée en juin 2019, l'initiative Libra portée principalement par Facebook a suscité un tollé des États qui y ont vu une atteinte évidente à l'un des principaux attributs de leur souveraineté. Depuis lors, l'Association Libra basée à Genève a réduit ses ambitions.  
Voir <https://libra.org/fr-FR/white-paper/>
6. « La blockchain pour optimiser le KYC », *Revue Banque*, 3 février 2020. <http://www.revue-banque.fr/management-fonctions-supports/article/blockchain-pour-optimiser-kyc>

## POUR EN SAVOIR PLUS

Cet article est issu d'une table ronde animée par Bruno Arbonel (Marco Polo), réunissant Arnaud Bernet (American Express Cartes Entreprises), Fabrice Clauzon (Expensya), Olivier Perrin (Ernst&Young) et Julie Troussicot (AirPlus International), lors du *Grand Live du Voyage d'affaires* le 21 janvier 2021, organisé par CDS Groupe en partenariat avec l'IFTM.



Tous les replays du Grand Live sont sur HBTv by CDS Groupe.

Illustration : Fabien Gilbert  
Conception : Cahier and Co  
Maquette : Laëtitia Lafond  
© CDS Groupe, 2021.

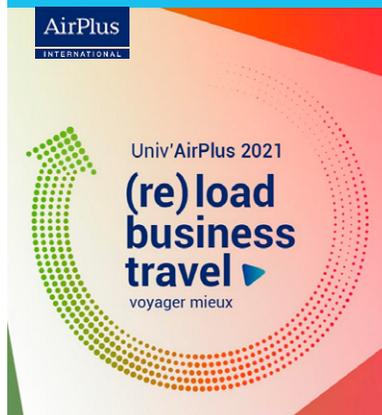
NOTES

## MONNAIES NUMÉRIQUES, MONNAIE SUPRANATIONALE ET BLOCKCHAIN

Bien d'autres solutions de paiement plus ou moins futuristes sont aussi évoquées. Les monnaies numériques en banque centrale, voire une monnaie supranationale (comme la Libra proposée par Facebook<sup>5</sup>), permettraient d'aider les firmes globales face à la gestion de multiples devises et à leur volatilité. La blockchain, quant à elle, permet de partager un référentiel commun pour l'identification et l'authentification des acteurs économiques, ce qui est un facteur de confiance pour le processus nommé KYC (*Know Your Customer*) et elle permet de sécuriser et de verrouiller une transaction via des « *smart contracts* ». Mais si les solutions blockchain suscitent un fort intérêt chez les acteurs des services financiers, force est de constater qu'en dehors de quelques expérimentations, le passage à l'échelle tarde à se concrétiser<sup>6</sup>.

D'une manière générale, il faut rester prudent, car l'adoption des solutions avance beaucoup moins vite que la technologie. On parlait déjà du paiement sans contact et du paiement mobile, il y a 20 ans, mais leur taux d'adoption a été beaucoup moins rapide que prévu.

## SAVE THE DATE :



**Jeudi 9 septembre 2021  
à partir de 14h00**

Découvrez la 15<sup>e</sup> édition virtuelle d'Univ'AirPlus 2021  
« (re)load business travel - voyager mieux »

Le programme détaillé ainsi que la liste des intervenants seront dévoilés très prochainement. En attendant, vous avez la possibilité de vous préinscrire ci-dessous : <https://comms.airplus.com/fr-fr/univairplus-2021>



LES  
SYNTHÈSES  
DE CDS GROUPE

JUIN 2021

CONTACT  
[glva@cdsgrroupe.com](mailto:glva@cdsgrroupe.com)