

Opération « POSER, C'EST PAYE ! »

Compte-rendu du COPIL du 13 Octobre 2015

L'opération « POSER, C'EST PAYE ! » a débuté le 1^{er} Octobre dernier avec la participation des enseignes Carrefour, Mc Donald's, Orange, PMU, Decathlon, Castorama, Total et Yves Rocher.

De nouvelles enseignes ont souhaité prendre part à cette initiative, notamment la Fnac, Ikea, Picard Surgelés ainsi que les enseignes du groupe Etam, Etam lingerie, Etam prêt à porter, Undiz et 1,2,3, ce qui contribue à renforcer la dynamique et permet de couvrir un spectre très large de points de vente sur l'ensemble du territoire.

Le Comité de Pilotage s'est réuni en conférence téléphonique le 13 Octobre afin de faire un premier bilan de l'opération quelques jours après son lancement. **Il est d'ores et déjà notable que les actions d'animation terrain permettent une large accélération de l'usage de la fonction sans contact.**

Les échanges entre les participants ont porté principalement sur les points suivants :

1/ Point par Mercatel sur :

- L'intégration de nouvelles enseignes à l'opération et initiatives diverses,
- La communication auprès des institutionnels et acteurs influents de l'écosystème...

2/ Point sur les initiatives des banques et des réseaux pour informer et promouvoir l'opération

3/ Premiers retours des enseignes participantes (pédagogie, signalétiques, nombre de transactions...)

4/ Prochaines étapes

I. Point sur l'intégration des nouvelles enseignes à l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » et initiatives diverses

Mercatel indique que la Fnac, Ikea, Picard Surgelés et les enseignes du groupe Etam ont rejoint l'opération dans le courant de la première semaine d'Octobre, ce qui permet de disposer d'un groupe représentatif de différents secteurs d'activité qui contribue à dynamiser l'évènement, valorisant par là-même, leurs efforts réalisés pour rendre ce service opérationnel à leurs clients.

D'autres enseignes, parmi lesquelles Sephora et Gemo sont également susceptibles de participer à l'opération nationale ; une communication spécifique sera adressée à l'ensemble des acteurs pour les en informer.

Si d'autres enseignes souhaitent prendre part à l'évènement, elles sont naturellement les bienvenues.

Dans cet esprit, Mercatel rappelle l'importance d'associer à ce type de démarche, les transports urbains qui de par la récurrence de leur fréquentation, sont une cible privilégiée pour ce mode de paiement. Grenoble et son agglomération viennent tout juste d'expérimenter le paiement des titres de transport en sans-contact dans les bus et les tramways qui semblent recevoir un accueil très positif des usagers.

Mercatel va prendre contact avec le réseau Transdev qui est à l'origine de cette initiative afin d'inviter la ville de Grenoble à prendre part à l'évènement national « POSER, C'EST PAYE ! ».

II. Point sur la communication auprès des institutionnels

Un vaste plan de communication a été engagé, relayé par les entreprises pour sensibiliser le plus grand nombre d'acteurs locaux et nationaux sur l'initiative prise de développer et dynamiser l'acceptation de la carte en général, et du sans-contact en particulier par le biais d'une opération nationale baptisée « POSER, C'EST PAYE ! ».

Les responsables du département « services bancaires et moyens de paiement » de Bercy qui ont pris une part active dans l'élaboration du dossier des Assises des Paiements promu par le Ministre des Finances et des Comptes Publics, M. Michel Sapin, ont été informés par mail de l'opération nationale. Elles ont réservé un accueil extrêmement favorable à notre initiative car elle s'inscrit en cohérence avec la volonté du Gouvernement de promouvoir les moyens de paiement innovants en développant au maximum l'acceptation de la carte en mode contact et sans-contact dans les commerces.

La Direction Générale des Entreprises (DGE), émanation du Ministère de l'économie de l'industrie et du numérique, elle aussi sensibilisée sur cette démarche, doit rédiger dans les prochains jours un mémo interne à l'adresse de l'ensemble de ses services pour informer et valoriser l'initiative prise par Mercatel. Nous ne manquerons pas de relayer les différentes retombées à l'ensemble des parties prenantes.

La Banque de France quant à elle, a félicité Mercatel ainsi que les différents moteurs de cette initiative qui doit permettre une réelle montée en puissance de cette fonctionnalité sur le territoire national.

De son côté, l'opérateur Orange a comme il s'y était engagé, communiqué très largement auprès des Chambres de Commerce, de métiers et autres acteurs locaux et nationaux pour promouvoir l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » concomitamment au lancement national de son produit Orange Cash.

Les quelques retours reçus montrent que les Chambres de Commerce de l'Est et de Normandie sont parmi les plus réceptives pour faire de cette initiative un succès.

III. Point sur les initiatives des banques et des réseaux pour promouvoir l'opération

Le Crédit Mutuel Arkéa, seul participant à la conférence téléphonique côté institutions financières, indique qu'une communication à travers les réseaux sociaux sera relayée du 1^{er} au 31 Octobre en rappelant les bénéfices du paiement sans-contact et en incitant les commerçants à apposer de la signalétique pour faciliter la reconnaissance des sigles par les porteurs. A l'inverse de ce qui est pratiqué pour l'ensemble des clients du Crédit Mutuel Arkéa, il est noté que l'activation de la fonction sans contact est laissée à l'initiative des clients de FORTUNEO.

Des animations sur les sites des fédérations du CMA seront réalisées à compter du 19 Octobre 2015 avec bandeau et vignettes.

L'ensemble des actions mises en place par la banque sont consultables sur le document joint au présent compte-rendu.

Mercatel relayera également les initiatives prises par les autres banques et réseaux pour mettre en avant l'opération sur les médias digitaux.

IV. Premiers retours des enseignes participantes

Les enseignes sont invitées à faire part de leurs premières remontées terrain et de leurs différentes initiatives pour mettre en avant le paiement sans-contact dans leurs points de vente.

- π **CASTORAMA** : deux actions ont été engagées en interne, l'une auprès du personnel de caisse en diffusant dans les salles de pauses des flashes info et vidéos CB vrai/faux sur le sans-contact et l'autre au niveau des caisses en apposant de la signalétique (twisters).

Opérationnel depuis le mois d'Avril 2015 dans l'intégralité des points de vente de l'enseigne, le sans-contact représente entre 7 et 8% des paiements et près de 10,8% des paiements sur les transactions éligibles. La plus grande concentration de paiements réalisés se situe dans l'Ouest, ce qui peut s'expliquer par la forte implication des banques locales dans l'information des porteurs.

- π **ORANGE** : non communiquées au cours de la conférence téléphonique, les statistiques mensuelles de paiements sans-contact en boutique Orange font apparaître que :

- Le ratio CA NFC/contact est en légère baisse en septembre versus août : 0,45% -->0,42% ce qui représente en moyenne mensuelle plus de 11% des transactions éligibles Les résultats d'Octobre seront plus probants car l'opération ne vient que de démarrer.
- La volumétrie des transactions quotidiennes liées à Orange Cash est entre 20 et 30 fois plus élevée que celle qui était connue avant le lancement d'Orange Cash du 8 octobre dernier.

- π **YVES ROCHER** : sur les 656 magasins que compte l'enseigne, 500 ont à ce jour été déployés en sans-contact, soit 76% du parc. Des signalétiques telles que twisters et stickers ont été apposées au niveau des caisses pour informer les clients dès le paiement. En parallèle, une vidéo pédagogique à destination du personnel de caisse présentant les ergonomies de la carte et du mobile sans-contact a été créée.

A ce jour, le paiement sans-contact représente 7,5% des transactions carte. Cette bonne dynamique devrait s'amplifier par l'intégration des 156 points de vente restants et par la concrétisation de parcours client homogène facilitant l'évolution des usages des porteurs.

- π **DECATHLON** : l'enseigne ne dispose pas à date des statistiques consolidées quant à la volumétrie des transactions sans-contact dans les magasins ; néanmoins, elle les présentera au cours du prochain COPIL.

Concernant la signalétique, une diffusion massive a été réalisée auprès de l'ensemble des points de vente pour rendre la fonctionnalité visible aux clients.

MERCATEL précise à ce sujet que des signalétiques de types vitrophanies, twisters et stickers sont disponibles sur demande par les enseignes souhaitant mettre en avant la fonctionnalité dans leurs magasins.

- π **FNAC** : déployé sur l'ensemble des points de vente depuis le 1^{er} Octobre dernier, le sans-contact représente aujourd'hui pour l'enseigne 11% des transactions éligibles (30% des transactions inférieures à 20€). Les magasins rencontrant le plus grand nombre de transactions sans-contact sont essentiellement situés dans l'Ouest, notamment dans la périphérie de Nantes comme cela a déjà été constaté par d'autres enseignes. La région parisienne connaît elle-aussi des taux très satisfaisants.

- π **IKEA** : la partie restauration de l'enseigne enregistre les plus forts volumes de transactions sans-contact en raison de son faible panier moyen. La partie magasin reste cependant éligible au paiement sans-contact au regard des nombreux achats plaisirs des clients. Les transactions pour ce type de secteur d'activité seront naturellement dopées par l'arrivée de solutions mobiles qui permettent des paiements au-delà de 20€ avec saisie de code.

- π **CARREFOUR** : une communication auprès des porteurs de la carte Pass Carrefour a été initiée dès le mois de Septembre pour relayer le message du « payer sans-contact » en rappelant les différentes caractéristiques (montants, plafonds...). Selon Carrefour Banque, le résultat est payant car les

statistiques montrent que les transactions sans-contact réalisées avec la carte Pass ont atteint 31% du potentiel des transactions payables en sans-contact.

Afin d'avoir un aperçu global du nombre de transactions sans-contact réalisées dans les points de vente de l'enseigne, il serait intéressant de disposer des statistiques propres aux cartes « CB ».

- π **TOTAL** : au 11 Octobre, 93% des stations ont été déployées en sans-contact ; la migration devrait s'achever pour la fin 2015.

Sur la période de Juillet à Septembre, 230 000 transactions mensuelles ont été recensées sur les stations connaissant les plus forts taux de passage (autoroutes et grands axes de circulation).

Sur ces 230 000 transactions mensuelles, Total a recensé de l'ordre de 500 transactions sans-contact supérieures à 20€ lesquelles par recoupement avec les BIN font apparaître que des mobiles avec les applications Orange Cash, Kix (BNPP) et ApplePay (USA et UK) se sont présentés.

- π **MERCATEL** se réjouit de ces statistiques très encourageantes qui montrent, que le sans-contact est entré dans une phase de généralisation et d'appropriation tant par les enseignes que par les porteurs.

Tout au long du mois d'Octobre, des mémos flash seront adressés à l'ensemble des acteurs pour les informer des retombées positives de la campagne .Les enseignes sont bien entendu invitées à contribuer pour enrichir les échanges et animer l'opération.

V. Prochaines étapes

La **prochaine conférence téléphonique avec les enseignes, banques et réseaux** est fixée au **Jeudi 12 Novembre 2015 à 17h30**. Les numéros à composer pour rejoindre la session seront communiqués ultérieurement aux participants.

Cette séance sera l'occasion de dresser un bilan de l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » et de préparer une réunion physique élargie au cours de laquelle sera présentée la synthèse de l'événement et où nous envisagerons toutes les suites à donner à l'action en cours.

Nous vous rappelons pour mémoire que la cartographie répertoriant l'intégralité des points de vente des enseignes nationales opérationnels en sans-contact est consultable à l'adresse suivante : <https://fr.batchgeo.com/map/68030c58658924495e12507d7b38c86c>

* * *

Pièce jointe : 1

Plan d'action Crédit Mutuel Arkéa

ANNEXE

Participants :

Bruno DEBRON	Orange
Stéphane FERRY	Ikea
Corentin VAUXION	Fnac
Céline FORTIS	Castorama
Alain LEFEUVRE	Groupe Rocher
	Decathlon
Mathilde AUBERT	Crédit Mutuel Arkéa
Martine TOUZALIN	Cartes Bancaires
Priscilla PATRUNO	Cartes Bancaires
Charlotte PAGOT	Mercatel
Jean-Michel CHANAVAS	Mercatel

Excusés :

René-Marc TEMPLIER	Carrefour Banque
Fabienne URIEN	Total
Valérie DURAND	PMU
Jean-Bernard SIZARET	Mc Donald's
Ludovic FRANCESCONI	Cartes Bancaires
Albert GALLOY	Visa