

Je suis un commerçant et souhaite participer à l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » - Plan d'action -

La participation à l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » requiert pour chaque commerçant de **réunir un certain nombre de critères d'ordres techniques, organisationnels, d'information / communication ...** pour **bénéficier à plein de l'évènement et contribuer à son succès.**

Les **points suivants** doivent vous permettre de **vous organiser en vous détaillant les actions à mener auprès des différents acteurs de votre environnement pour être prêt en temps voulu.**

I. Organiser son opération en interne

a/ L'équipement

Au préalable de votre participation à l'opération « POSER, C'EST PAYE ! », vous devez vous assurer que votre terminal de paiement est compatible pour le sans-contact.

Pour le savoir, il vous suffit de **vérifier s'il dispose au-dessus de l'écran de 4 diodes lumineuses**, tel que représenté ci-contre.



Si cela est le cas, vous devez :

- **Prendre contact avec votre banque** pour savoir si elle propose la fonction paiement sans-contact,
- **Signer** dans le cas d'une réponse positive, un **avenant à votre contrat d'acceptation initial** afin que celle-ci procède à l'activation de votre terminal



Si cela n'est pas le cas, vous devez :

- **Prendre contact avec votre banque** pour savoir si elle propose la fonction paiement sans-contact,
 - **(si oui) évoquer** avec elle la possibilité de changer votre terminal actuel pour une gamme acceptant le sans-contact.
Par la suite, signez un avenant à votre contrat d'acceptation initial.
 - **(si non)** demander à quel délai cette fonctionnalité sera disponible pour pouvoir vous intégrer plus tard dans le dispositif.

Pour en savoir plus sur la fonctionnalité sans-contact, nous vous invitons à vous rapprocher de votre correspondant bancaire afin qu'il vous en détaille les spécificités, les avantages ...



b/ La signalétique

La **visibilité de l'acceptation du sans-contact** en point de vente est **nécessaire** pour que les clients puissent **reconnaitre les sigles**, **expérimenter le geste « Payer sans-contact »** et **l'intégrer dans leur quotidien**.

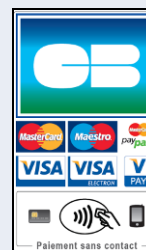
Pour cela, des supports tels que :

- Vitrophanies,
- Twisters
- Stickers

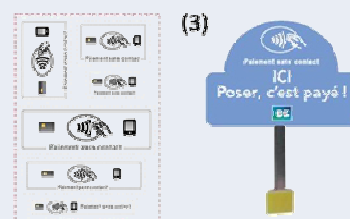
présentés ci-contre, sont **disponibles sur demande auprès de votre banque**.

Dans le cas où celle-ci serait en rupture de stocks, nous vous invitons à faire une **demande - via le modèle de courrier joint - auprès du département en charge de la communication dans votre banque** dont vous trouverez les **références dans le fichier répertoire joint**.

A l'extérieur du point de vente :



A l'intérieur du point de vente :



c/ Formation du personnel

▪ Spécificités du paiement sans-contact

Afin de pouvoir **répondre aux éventuelles interrogations des clients**, une phase de **formation du personnel** est **nécessaire** pour **connaitre les spécificités du paiement sans-contact** et fournir toutes les **explications utiles** autour de cette fonctionnalité.

Dans cette optique, nous vous invitons à prendre connaissance de l'**argumentaire** relatif à la **sécurité du sans-contact carte et mobile** ainsi qu'**au module de formation** tous deux joints au présent document.

▪ Sécurité

Nombreuses sont les questions autour de la sécurité du paiement sans-contact. Pour **rassurer la communauté des utilisateurs** – clients et commerçants – une **conférence de presse** sous l'égide du **Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique** s'est tenue le 10 Avril 2015 avec les **représentants du Groupement des Cartes Bancaires, d'Orange, de la Fédération du Commerce et de la Distribution et de Gemalto**. Cette conférence de presse avait pour but de mettre fin aux nombreuses rumeurs de potentielle captation des données de la carte par un téléphone mobile aux fins de fraude sur Internet.

- Le dossier de presse est joint au présent document et vous apportera les arguments utiles pour répondre aux interrogations de vos clients. Quels sont les autres commerçants qui acceptent comme vous le paiement sans-contact ?

Il est probable que cette question vous soit posée par les clients qui dans une démarche d'intégration du réflexe souhaitent pouvoir



renouveler le geste « Payer sans-contact » dans d'autres magasins.

Pour mieux apprécier et prendre connaissance des commerçants de votre zone de chalandise déjà impliqués dans l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » et avec lesquels vous pouvez prendre contact via la fiche répertoire jointe, nous vous invitons à vous référer à la cartographie dynamique consultable à l'adresse suivante <https://fr.batchgeo.com/map/1f248d7ffdf62b090a68aed2a0cf0cdd> qui recense à ce jour plus de 14 000 points de vente acceptant le sans-contact dans près de 90 enseignes nationales réparties sur l'ensemble du territoire. Cette cartographie s'enrichit continuellement par l'intégration de plusieurs milliers de points de vente et est mise à votre disposition ainsi que le fichier répertoriant les magasins par départements.



Source : MERCATEL

II. Faire connaître votre participation à l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » dans votre région et zone de chalandise

Votre participation à l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » peut avoir un **réel effet d'entraînement** sur les autres commerçants de votre région et zone de chalandise qui seront incités à se joindre à l'évènement pour capitaliser sur l'image positive de cette campagne et accroître leur notoriété et leur Chiffre d'Affaires.

2.1. Sensibiliser votre environnement, informer de votre initiative, pour mettre en place une synergie locale

Pour rendre plus visible et faire connaître au plus large panel d'habitants de votre région votre implication dans cette opération, plusieurs supports médias et digitaux peuvent vous apporter un partenariat de poids :

- Au niveau local :
 - Le **magazine de votre commune** dans lequel peuvent être insérés des **encarts de communication/information, publicitaires...**
 - Le **site Internet de votre commune** pouvant proposer la démarche identique que celle indiquée ci-dessus.
 - Les **réseaux sociaux** sur lesquels d'autres commerçants de votre commune se sont inscrits pour **accroître leur visibilité** et faire **connaître leur implication dans l'opération**
 - Les **applications mobiles**
 - ...
- Au niveau régional :
 - Les lettres d'information mail ou papier de(s) **Chambres de Commerce et d'Industrie** de votre département
 - **Prospectus, catalogues...**

- Les **réseaux sociaux** sur lesquels d'autres commerçants de votre région se sont inscrits pour **accroître leur visibilité** et faire **connaître leur implication dans l'opération**
- Les **applications mobiles**
- ...

2.2. Associer les partenaires locaux

L'**information/communication au niveau local** est le **facteur clé pour la réussite de cette opération**. Il est donc nécessaire que vous preniez contact avec :

- Le **Président et responsable Commerce** de la **Chambre de Commerce et d'Industrie** de votre département qui peuvent **fédérer des opérations locales en sensibilisant d'autres commerçants**
- Votre **association de commerçants locale**
- L'**adjoint au Maire** de votre commune chargé du Commerce
- Les **banques** pour obtenir une information des commerçants locaux chez qui la **fonctionnalité est disponible**

Pour **élargir votre périmètre d'action, informer et entraîner d'autres commerçants**, vous pouvez également **prendre contact avec le responsable de la galerie commerciale de votre commune** dans laquelle vous êtes peut être installé.

2.3. Informer les médias locaux

Pour **atteindre et sensibiliser le plus grand nombre de clients**, le relai d'information via les **médias locaux** tels que les **journaux et TV / radios** peut également être envisagé.