



SOMMET
GB
2023

SOMMET
GB
2023
LE RENDEZ-VOUS DES ACTEURS DU PAIEMENT PAR CARTE & MOBILE FRANÇAIS
BIENVENUE

SOMMET
GB
2023
LE RENDEZ-VOUS DES ACTEURS DU PAIEMENT PAR CARTE & MOBILE FRANÇAIS
BIENVENUE

12 IDÉES-CLÉS

POUR L'AVENIR DES PAIEMENTS EN FRANCE

Sommaire

LE SOMMET CB EN BREF	P. 2
CB, UN ENJEU DE SOUVERAINETÉ POUR LA FRANCE	P. 4
UNE ÉTAPE SOUVERAINE, L'INDÉPENDANCE TECHNOLOGIQUE DES CARTES CB	P. 6
LES DONNÉES CB, DES INDICATEURS PUISSANTS POUR ÉCLAIRER LES POLITIQUES PUBLIQUES	P. 8
LA LUTTE CONTRE LA FRAUDE, UN ATOUT HISTORIQUE DE LA PLACE BANCAIRE FRANÇAISE	P. 10
L'ÉCOSYSTÈME CB, TREMPIN DES FINTECHS ET DE L'INNOVATION	P. 12
L'INCLUSION ET L'ÉCORESPONSABILITÉ AU CŒUR DES PAIEMENTS CB	P. 14
CLOUD, APPS, VERS DES TERMINAUX PLUS AGILES ET PLUS INTELLIGENTS	P. 16
LE PAIEMENT MOBILE, LE NOUVEAU GESTE DE PAIEMENT CB	P. 18
L'OPEN PAYMENT CB, LA CARTE OU LE MOBILE POUR ACCÉDER AUX TRANSPORTS EN COMMUN	P. 20
UNE GAMME COMPLÈTE D'OUTILS CB AU SERVICE DES COMMERÇANTS	P. 22
CB, PASSERELLE MULTICANALE ENTRE LES PARCOURS D'ACHATS DIGITAUX ET DE PROXIMITÉ	P. 24
FACE AU QUANTIQUE, 2 MAÎTRES-MOTS POUR CB : ANTICIPATION ET CRYPTO-AGILITÉ	P. 26
À PROPOS DE CB	P. 28



Jean-Paul Mazoyer
Président de CB



Philippe Laulanie
Directeur Général de CB

Alors que CB célébrera l'an prochain son quarantième anniversaire, ce premier Sommet CB marque un nouveau chapitre pour l'écosystème des paiements français à plusieurs égards. Ce Sommet intervient à l'heure où l'interbancaire française lance un nouveau plan stratégique ambitieux, CB Dynamique 2026, au sein duquel la communication tient un rôle central. En cela, ce Sommet est un temps fort pour promouvoir nos valeurs, engagements et atouts, en matière d'innovation, de sécurité, d'efficacité et de souveraineté. Ce nouveau rendez-vous a aussi pour vocation de valoriser la vitalité et la diversité des acteurs CB en France, qui se décomposent en autant d'établissements financiers, industriels, commerçants, d'associations de consommateurs, de start-ups... un écosystème si riche et unique en Europe!

Ce Sommet est enfin une occasion pour les professionnels du secteur de se fédérer, d'échanger et d'affiner leur compréhension de CB, cette pépite de la souveraineté française.

« UN PREMIER SOMMET POUR PROMOUVOIR NOS VALEURS ET NOS ATOUTS EN MATIÈRE D'INNOVATION, DE SÉCURITÉ ET DE SOUVERAINETÉ. »

Ce tout premier Sommet CB met en lumière l'engagement des acteurs de la filière française des paiements par carte et mobile autour de nos valeurs historiques. Parmi elles, l'inclusivité territoriale : CB, c'est un paiement en proximité comme à distance, efficace, moins cher, plus sécurisé et « made in France ». L'innovation est également l'une des valeurs de CB, et s'inscrit dans son ADN depuis sa naissance avec la généralisation de la carte à puce et aujourd'hui encore, avec le formidable succès du sans-contact et ses 7 milliards de transactions en France. CB poursuit son mouvement d'innovation avec le déploiement accéléré du paiement mobile. CB anticipe aussi demain, avec les travaux sur les wearables notamment. CB anticipe même déjà après-demain avec la R&D sur le paiement par la pensée!

Ce Sommet est un rendez-vous qui témoigne non seulement de la capacité d'innovation de CB mais aussi, au-delà, de la vigueur, du dynamisme de l'interbancaire et de la filière des paiements françaises.

« LES ACTEURS DE LA FILIÈRE FRANÇAISE DES PAIEMENTS SONT ENGAGÉS AUTOUR DES VALEURS HISTORIQUES DE CB : INCLUSION, RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE, SOUVERAINETÉ. »

LE SOMMET CB EN BREF

Le premier grand rendez-vous des acteurs du paiement par carte et mobile français s'est tenu le 10 octobre 2023 à l'espace Phantom Bercy Accor Arena.

Organisée par CB, cette journée d'échanges a été l'occasion de débattre des enjeux stratégiques actuels en matière de paiement et d'éclairer les tendances de demain.



44
EXPOSANTS



1200
INSCRITS



12
KEYNOTES



CB, un enjeu de souveraineté pour la France

INTERVENANTS

Philippe Laulanie, Directeur Général, CB

Jacques Marceau, Président de l'agence Aromates, Administrateur et Membre du Conseil Scientifique de la Fondation Concorde



Jacques Marceau

« Le paiement par carte ou mobile est clairement un enjeu de souveraineté pour la France, mais les solutions viables et fiables ne pourront s'élaborer qu'au niveau européen, en raison de questions relatives à la taille critique du marché, à la puissance financière ou encore politique. »

Philippe Laulanie

« CB, c'est une histoire française et les enjeux de souveraineté sont donc dans ses gènes. CB garantit ainsi la sécurité, l'efficacité et la conformité des traitements, face aux exigences spécifiques domestiques et européennes. »

CB, UN ACTEUR MAJEUR DE LA FILIÈRE PAIEMENT

Avec 20% de parts de marché dans le secteur des paiements par carte et mobile en zone euro, CB est l'acteur majeur de l'économie européenne. Avec 65% de la consommation courante intérieure, CB est le leader en France. Alors que certains États ont abandonné leur système de paiement domestique, CB résiste, aux côtés de Girocard (Allemagne) ou encore Bancontact (Belgique), qui ont anticipé un retour en force des enjeux souverains du paiement, au même titre que les quelque 70 systèmes de paiement nationaux dont certains ont émergé récemment (MIR en Russie, RUPAY en Inde, UPI en Chine...). Face aux nouveaux défis de l'économie numérique, CB doit plus que jamais mobiliser son écosystème, car c'est toute la filière du paiement qui revêt un enjeu de souveraineté pour la France. En tant qu'acteur souverain dans un monde de plus en plus instable, CB traite ses données et ses opérations en France, via notamment la plateforme interbancaire STET.

LE RETOUR EN FORCE DU PRINCIPE DE SOUVERAINETÉ

Jusqu'à récemment, il valait mieux utiliser le terme de « confiance » que celui de « souveraineté », trop connoté dans le cadre de la construction européenne. Mais la crise liée au Covid-19 a remis en tête des préoccupations cette orientation politique, à la suite du constat brutal d'une perte de souveraineté, en France, dans des domaines aussi stratégiques que l'énergie, l'industrie, la santé, le numérique ou encore la culture. Ce n'est toutefois que très récemment que le lien entre souveraineté et moyens de paiement a été établi. Peu après le début de l'invasion

de l'Ukraine, Visa et Mastercard ont arrêté leurs opérations en Russie, en Crimée, et en Biélorussie. Cette mesure met en évidence le fait que les systèmes de paiement sont le système nerveux de l'économie, et qu'ils peuvent potentiellement être soumis aux puissances étrangères. Les États eux-mêmes pourraient être débordés par des intérêts privés comme ceux que les GAFAM⁽¹⁾ représentent, par exemple.

UNE STRATÉGIE EUROPÉENNE POUR LA FILIÈRE FRANÇAISE

Après avoir auditionné des dizaines d'experts, la Fondation Concorde a établi des propositions pour une stratégie industrielle au bénéfice d'une souveraineté européenne des paiements. Il s'agit tout d'abord pour des entités comme CB de mener une réelle politique d'information et de pédagogie concernant ses actions et sa mission. L'idée est ensuite d'inciter les décideurs politiques à revisiter les régulations en particulier sur les commissions sur les retraits, les commissions d'interchange sur les cartes commerciales d'entreprises, le cadre des obligations AML⁽²⁾ pour le virement instantané... Les fintechs françaises, ces entreprises extrêmement dynamiques, agiles et innovantes, doivent être encore plus soutenues. Il est également nécessaire de donner les moyens aux banques de se constituer en consortium ou de pouvoir racheter et financer ces entreprises, si l'on ne veut pas les voir partir à l'étranger. Enfin, un nécessaire débat sur l'euro numérique doit être engagé.



Revoir la conférence en replay

(1) Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft.
(2) Anti-Money Laundering.

Une étape souveraine, l'indépendance technologique des cartes CB

INTERVENANTS

Emily Baczkowski, Cheffe de grands projets transverses monétiques, CB

Philippe Delanoue, Président, Giesecke+Devrient e-Payments France

Pascal Vergne, Responsable Monétique Émission, Crédit Mutuel



Emily Baczkowski

« Aller vers le choix d'une spécification européenne, c'est aussi une promesse de volume pour les industriels, c'est leur garantir de pouvoir émettre au-delà des frontières CB. »

Philippe Delanoue

« En matière de relations internationales, on sait que l'équilibre peut être précaire. Développer une souveraineté européenne, qui peut en plus être portée par une dynamique française, c'est réellement ce qui nous a convaincus d'avancer résolument sur le sujet de l'indépendance technologique. »

Pascal Vergne

« L'indépendance technologique est très importante pour le Crédit Mutuel car elle nous permet de répondre aux défis qu'amène un environnement devenu plus concurrentiel. C'est devenu stratégique, d'entreprendre et d'innover en maîtrisant un maximum du processus, sans dépendre de réseaux internationaux. »

LA CARTE PHYSIQUE N'EST PAS MORTE!

Tenez-le-vous pour dit : la carte physique est loin d'avoir dit son dernier mot. Selon l'OSMP⁽¹⁾, elle représente aujourd'hui 78% du total des paiements de proximité et des retraits, et CB compte quelque 76 millions de cartes sur le terrain. Si son format semble inchangé depuis sa création, les innovations apportées à la carte physique sont légion : supports « eco-friendly », cartes en métal, personnalisation du visuel, déploiement massif du sans contact, CVV⁽²⁾ dynamique, cartes Bluetooth au service de l'inclusion... Depuis des années, la carte est le support privilégié des industriels et des banques pour se différencier, fidéliser et innover.

CPACE : UNE INNOVATION MAJEURE POUR L'INDUSTRIE

La mise en place de l'indépendance technologique représente l'une des innovations les plus récentes – et importantes – apportées à la carte physique. Pour pouvoir fonctionner partout, en France comme à l'étranger, les cartes CB sont co-badgées avec des systèmes de paiement internationaux. CB était depuis longtemps dans une logique de coopération avec ces derniers sur les technologies et les standards sans pour autant être maître de son propre standard ce qui contraignait CB et les banques dans leur capacité d'innovation, les privant ainsi d'autonomie stratégique et financière. CB s'est donné pour mission de permettre à ses membres d'être « propriétaires chez eux », et de décider des innovations à tester sur leurs cartes.

En 2016, le Conseil de Direction de CB a déployé un ambitieux plan d'action, duquel ont découlé la définition d'un nouveau standard

européen au sein de l'ECPC⁽³⁾ : Common Payment Application Contactless Extension (CPACE), ainsi que la disponibilité d'une nouvelle génération de cartes CB basée sur ce standard. Ce standard présente de nombreux avantages pour l'ensemble des acteurs du secteur, notamment celui d'offrir une perspective de volumes de production aux industriels, et la possibilité pour CB de proposer ses propres innovations sans être dépendant des autres occupants de la carte.

L'indépendance technologique comporte cependant des enjeux et doit être totalement transparente pour les utilisateurs : leur expérience ainsi que la confiance qu'ils ont en ce moyen de paiement doivent rester inchangées. L'heure est désormais au déploiement et le Crédit Mutuel, par ailleurs sponsor du projet, a été le premier membre CB à émettre des cartes CPACE sur le terrain, avec plus de 7 millions de cartes en circulation depuis janvier 2022.

TOUTES LES BANQUES ADOPTENT CPACE

Aujourd'hui, les cartes CPACE représentent plus de 10% du parc de cartes physiques, et CB prévoit que ce chiffre monte à 20% en 2024, 50% en 2025 et 80% en 2026. Et pour cause : toutes les banques CB ont validé leur migration vers le standard CPACE. Par ailleurs, CB accompagne l'ensemble de ses membres dans l'appropriation de CPACE ainsi que dans la sécurité de leur migration, et vise à capitaliser sur ce nouveau standard pour développer toujours plus d'innovations, telles que les spécifications CPACE Biométrique.

(1) OSMP : Observatoire de la Sécurité des Moyens de Paiement.

(2) Card Validation Value.

(3) European Card Payment Cooperation.



Revoir la conférence
en replay

Les données CB, des indicateurs puissants pour éclairer les politiques publiques

INTERVENANTS

David Bounie, Directeur de la Chaire Finance Digitale, Institut Polytechnique de Paris

Émilie Cupillard, Responsable Consommation des Ménages et Innovations Méthodologiques, INSEE

Katérina Levallois, Responsable Data Marketing, CB



Katérina Levallois

« Durant la pandémie de Covid-19, grâce aux données CB, on a pu suivre de manière très précise l'évolution de l'activité économique en France et se rendre compte en temps réel des changements de consommation, à la fois au niveau macro, mais aussi au niveau des secteurs d'activité, des différents canaux de vente, avec la progression de l'Internet lors des restrictions successives. »

Émilie Cupillard

« Les cartes produisent des données haute fréquence précieuses pour éclairer les politiques publiques. En effet, certains chocs nécessitent des réponses rapides de la part des pouvoirs publics. Dans le cadre du Covid-19, il était important de voir en temps réel quels étaient les impacts sur l'économie des restrictions mises en place. »

David Bounie

« Quand on fait de la recherche économique en étant en concurrence avec des centres de recherche à l'international, il faut des données de très grande qualité. Les données fournies par l'Insee sont excellentes. Mais pour analyser un choc en temps réel, il faut d'autres sources de données alternatives ou dites « haute fréquence ». C'est là que peut intervenir CB. »

LE PAIEMENT, UNE TRÈS PRÉCIEUSE SOURCE DE DONNÉES

La carte est aujourd'hui le moyen de paiement préféré des Français : 21% l'utilisent tous les jours, tandis que 67% y ont recours au moins une fois par semaine. Avec 14 milliards de transactions de paiement en 2022, soit environ 65% de la consommation courante des ménages et un peu plus de 20% du PIB, l'activité des paiements CB offre un indicateur très représentatif de l'évolution de la consommation des ménages en France. Fort de ce constat, CB, avec l'accord de ses membres, a souhaité développer une démarche citoyenne et responsable en fournissant des données agrégées au service de l'intérêt général via une stratégie en quatre axes : éclairer les pouvoirs publics, notamment par la fourniture de données agrégées et anonymisées à l'Insee ou au Conseil d'Analyse Économique (CAE) lors du Covid-19; répondre aux sollicitations des grands institutionnels (Trésor, Banque de France, Insee...) dans le temps; soutenir la recherche académique via la Chaire Finance digitale; et, enfin, informer la communauté des membres CB.

DES DONNÉES « HAUTE FRÉQUENCE »

L'utilisation de la carte produit des données qui se distinguent par leur fraîcheur et leur finesse temporelle et territoriale. Ces données « haute fréquence » sont précieuses pour éclairer les politiques publiques : durant la pandémie de Covid-19, elles ont permis d'évaluer en temps réel les impacts des confinements sur l'économie. De façon plus générale, l'Insee peut compter sur les données

CB fournies de manière agrégée pour affiner ses prévisions de consommation : même si tous les ménages ne règlent pas leurs achats par carte, l'institut est capable d'interpréter les variations dans l'utilisation pour déduire la tendance sur le trimestre en cours.

AU SERVICE DE LA RECHERCHE ACADÉMIQUE

En recherche académique, les données anonymisées CB permettent d'analyser la conjoncture. Ainsi, depuis 2019, CB soutient la Chaire Finance Digitale de l'Institut Polytechnique de Paris. Ses programmes de recherches se sont majoritairement focalisés sur les analyses spatiales, se fondant sur la géographie pour étudier certains sujets. Ainsi, CB peut fournir des données agrégées sur la base de plus de 14 milliards de transactions de paiement chaque année! Grâce à cette collecte d'informations, la Chaire Finance Digitale a développé des méthodes statistiques ou économétriques capables de mesurer l'impact d'un choc sur un territoire, mais aussi celui de l'accès aux différents services bancaires (terminaux de paiement électronique, DAB...). La Chaire poursuit également d'autres programmes d'évaluation d'impact, que ce soit dans le cadre de projets d'aménagements urbains (comme l'initiative « Action cœur de ville »), ou encore dans celui de grands événements sportifs.



Revoir la conférence en replay

La lutte contre la fraude, un atout historique de la place bancaire française

INTERVENANTS

Pierre Chassigneux,
Directeur Projets & Évolutions, CB

Alexandre Stervinou,
Directeur Direction des Études
& de la Surveillance des Paiements,
Banque de France



Alexandre Stervinou

« On voit très clairement le bénéfice de tout ce qui a été entrepris ces dernières années en matière de sécurisation des paiements par carte, la création de l'OSCP⁽¹⁾, puis de l'OSMP y a contribué, tout comme la réglementation européenne, avec au premier rang la DSP2⁽²⁾. Pour autant, on est loin d'en avoir fini avec la fraude; l'action collective de tous les acteurs de l'industrie du paiement par carte est une des conditions nécessaires au maintien d'un niveau de fraude maîtrisé. »

Pierre Chassigneux

« La gestion des risques, la lutte contre la fraude ont toujours été et restent deux des préoccupations majeures de la communauté CB. À titre d'exemple, nous avons été, en France, au début des années 1990, les pionniers de la carte bancaire à puce. Par ailleurs, au début des années 2000, nous avons généralisé les cartes à authentification dynamique (DDA) pour mettre un terme à la fraude YesCard, et, il y a quelques années, en réponse à la DSP2, nous avons lancé le projet FAST'R by CB, qui nous a permis de diviser par trois la fraude en ligne. »

LA FRANCE, EXEMPLAIRE EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ

La France peut se féliciter d'être à la pointe de la sécurité et de la lutte contre la fraude des transactions de paiement par carte CB. D'un point de vue réglementaire, la première loi décisive en la matière remonte à 2001. Appelée « loi sur la sécurité quotidienne », elle visait à assurer la confiance dans les moyens de paiement scripturaux, dont l'utilisation était alors en pleine expansion. Cette loi a mené à la création d'une structure inédite : l'Observatoire de la Sécurité des Cartes de Paiement. En se fondant sur des statistiques fiables, l'Observatoire, depuis l'origine, a pour mission d'émettre des recommandations de sécurité à l'ensemble des acteurs de la filière, mais aussi aux consommateurs. En 2016, l'Observatoire a été renommé « Observatoire de la Sécurité des Moyens de Paiement », afin de représenter la diversité des différentes solutions de paiement scripturales existantes. Depuis vingt ans, il s'est taillé une solide réputation y compris au-delà de nos frontières, et représente un modèle de fiabilité et de crédibilité ayant le pouvoir d'influencer la réglementation.

DE LA PERSUASION MORALE À LA RÉGLEMENTATION OFFICIELLE

Face aux statistiques de la fraude en ligne, il est en effet rapidement apparu que la combattre représentait un enjeu absolument majeur. En 2015, grâce à la seconde Directive sur les Services de Paiement, c'est l'authentification forte des paiements sur Internet qui a été généralisée : une avancée très importante pour la sécurisation des paiements par carte.

Depuis la création du système CB, en 1984, la lutte contre la fraude a toujours été considérée comme une priorité. Que ce soient les « attaques à la fourchette » et au « collet marseillais » sur les DAB, la pose de « skimmers » sur les automates pour récupérer les pistes magnétiques, la pose de faux claviers ou de caméras sur les automates pour capturer les codes confidentiels ou des attaques beaucoup plus technologiques et sophistiquées comme les YesCards, les attaques en relais, les vols massifs de données « carte », la sécurité du système CB n'a cessé d'être renforcée (carte à puce, mise en œuvre de l'authentification dynamique DDA, généralisation de l'authentification forte pour les transactions en ligne, etc.). Par ailleurs, CB a acquis un savoir-faire exceptionnel dans la mise en œuvre d'outils de détection de la fraude toujours plus performants.

DES RÉSULTATS MARQUANTS

En 2022, la fraude aux moyens de paiement (cartes, chèques, espèces) a représenté 1,192 milliard d'euros. Mais sur ce montant, seuls 160 millions d'euros concernent les cartes CB. La généralisation des cartes à puce au début des années 1990 a permis en trois ans de baisser le taux de fraude des transactions CB en paiement de proximité de 0,27% à 0,02%; ce taux de fraude est aujourd'hui inférieur à 0,001% - soit moins de 0,01 euro de fraude pour 100 euros dépensés. Dans l'e-commerce, il est passé d'un taux de fraude d'environ 0,20% avant la mise en œuvre du service FAST'R by CB à 0,07% en moyenne aujourd'hui pour la vente à distance sécurisée.

(1) Observatoire de la Sécurité des Cartes de Paiement.

(2) Seconde Directive sur les Services de Paiement.



Revoir la conférence
en replay

L'écosystème CB, tremplin des fintechs et de l'innovation

INTERVENANTS

Stéphane Chemier, Directeur commercial, VoxPay

Alain Clot, Président, France Fintech

Romain Meggle, Responsable du LAB by CB, CB



Romain Meggle

« Le LAB by CB vise à créer de nouvelles expériences client sur le principe du "design thinking" et de "l'open innovation". En travaillant en consortium avec des start-ups, des fintechs, des industriels, des associations, des instituts de recherche ou encore des académiques, nous participons à un écosystème très performant qui a déjà fait ses preuves dans le monde de l'innovation numérique et du paiement. »

Alain Clot

« La France a inventé énormément de briques du paiement et c'est l'écosystème qui sécurise le mieux et le plus vite dans le monde. Pour devenir des champions européens, on a besoin d'une vision industrielle dont l'Europe est aujourd'hui dépourvue en matière de paiement. Mais nous en avons les moyens! »

Stéphane Chemier

« Nos idées doivent correspondre à une réalité, et c'est là que l'écosystème CB joue un rôle majeur. Nous sommes un maillon de la chaîne et nous avons besoin des autres pour avoir une projection et une anticipation sur le marché. L'écosystème est nécessaire à la construction de nos solutions pour nos clients. »

LE LAB BY CB AU CŒUR DU PARCOURS CLIENT

Alors que le Groupe CB va bientôt fêter ses 40 ans, le LAB by CB entame sa sixième année d'activité. Jeune mais déjà très proactif, ce dispositif permet de travailler en consortium avec les industriels, les start-ups, les fintechs, les associations, les instituts de recherche, etc. Objectif : travailler ensemble sur des concepts innovants basés sur des cas d'usage. Avec toujours en ligne de mire le parcours client. Quatre axes majeurs animent la communauté du LAB by CB : la carte, le terminal, les nouveaux canaux d'acquisition client et toutes les nouvelles technologies. En quelques années, ce modèle de collaboration a fait ses preuves à travers de belles concrétisations comme le paiement sur mobile en magasin, le paiement par la voix en station-service, ou encore le paiement en réalité virtuelle avec reconnaissance vocale.

PREMIER ÉCOSYSTÈME DE L'UNION EUROPÉENNE

Selon l'association France Fintech, le secteur de la finance représente aujourd'hui près de 35% du Next40 - l'indice de référence de la tech française - avec près de 60 000 emplois et pas moins de 10 « licornes » sur les 27 recensées dans l'Hexagone. Même si l'année 2023 a été difficile, avec une forte baisse des levées de fonds notamment, la France demeure le premier écosystème de l'Union européenne. Ce constat prometteur s'explique notamment par la forte accélération de la numérisation des services financiers et de la monétisation. La réussite des entreprises comme Ledger, Lydia ou encore VoxPay en sont la preuve. De la « super-app » à la « néobanque », les tendances se dessinent

mais le paiement demeure un secteur considérable en matière d'innovation. Et c'est bien là que l'écosystème français a plus d'une carte à jouer.

UN CERCLE VERTUEUX

La performance de cet écosystème s'illustre notamment avec le cas de VoxPay, spécialiste du paiement omnicanal sécurisé. La technologie de cette jeune entreprise continue d'attirer des clients du monde entier. Alumni du LAB by CB et membre de France Fintech, VoxPay poursuit son ascension en s'entourant d'experts pour comprendre l'intégralité du marché, que ce soit au niveau de la sécurité, de l'innovation, du parcours client, du design UX/UI, de la technologie ou encore des défis actuels liés, par exemple, aux nouveaux modes d'achat et à l'inclusion. De nombreux enjeux partagés par tous et enrichis par chacun, le tout dans un esprit de « coopétition » qui ne manquera pas de porter ses fruits!



Revoir la conférence en replay

L'inclusion et l'écoresponsabilité au cœur des paiements CB

INTERVENANTS

Sylvie Gibert, VP Payment Cards, Banking & Payment Services, Thalès

Loÿs Moulin, Directeur du Développement, CB

Jérôme Raguenes, Directeur Numérique, Paiements et Résilience opérationnelle, Fédération Bancaire Française



Jérôme Raguenes

« Pour le secteur de la banque, l'inclusion se traduit par la proximité et la confiance. Pour les grandes banques françaises, il n'y a pas de choix de clientèle : l'offre de services est très large, à l'image des besoins des utilisateurs. On ne veut laisser personne sur le bord de la route. »

Loÿs Moulin

« L'inclusion sociétale, pour CB, c'est l'accessibilité. Notre ambition est d'implémenter les nouvelles exigences de la Directive qui sera appliquée en 2025 pour fournir des services de paiement – terminaux, automates et autres services de paiement – à tous et toutes. »

Sylvie Gibert

« En tant que leader de l'industrie, nous avons le devoir d'ancrer la responsabilité dans tout ce que l'on fait. Cela fait partie de notre ADN. Aussi, dès cette année, 100% de nos produits doivent être éco-designés. »

LA CARTE BANCAIRE, MOYEN DE PAIEMENT ÉCO-RESPONSABLE

La carte bancaire est le moyen de paiement le plus éco-responsable, son empreinte carbone étant bien moindre que celle des chèques ou des espèces. Un aspect crucial sur lequel les différents acteurs du secteur comptent bien capitaliser.

Les utilisateurs, quant à eux, sont très réceptifs à l'arrivée d'évolutions qui amélioreraient encore davantage l'écoresponsabilité de la carte. Plus de deux tiers des porteurs de carte seraient prêts à payer plus cher pour que celle-ci ne soit plus en PVC, et les trois quarts d'entre eux voudraient qu'elle soit recyclée s'il existait une filière. Cependant, si les consommateurs peuvent être eux-mêmes à l'origine de quelques gestes simples, comme refuser l'impression du reçu en papier à chaque transaction, les actions doivent venir des industriels et des banques. Bonne nouvelle : ce sont des acteurs déjà très avancés sur la question.

FOURNIR DES EXPÉRIENCES DE PAIEMENT MODERNES ET RESPONSABLES

Parmi les chantiers prioritaires, deux se démarquent : la conception de cartes dont l'empreinte carbone serait réduite au maximum, d'une part ; et la gestion de la durée de vie des cartes, d'autre part. Sur ce dernier point, CB souhaite faire émerger dès 2024 une ou deux filières de recyclage de cartes bancaires qui pourraient être rapidement et massivement utilisées. Des travaux sont également en cours chez les industriels pour allonger la durée de vie des cartes – sachant que quelques années supplémentaires suffiraient déjà à générer un impact environnemental très positif.

Côté conception, l'heure est à l'expérimentation, avec notamment l'arrivée potentielle de la carte bancaire en bois – matériau favori pour trois quarts des détenteurs de cartes. Mais l'un des défis prioritaires réside aujourd'hui dans la capacité des industriels à donner une seconde vie aux métaux et plastique qui composent aujourd'hui les cartes.

L'INCLUSION PAR LES PAIEMENTS

La question de l'inclusion est également au cœur des réflexions stratégiques du secteur. L'objectif ? Favoriser une expérience de paiement accessible et adéquate à tous les publics. Car le succès de la carte n'est pas anodin : il vient de la relation de confiance qui s'est construite entre les banques et leurs clients. La France, avec ses 34 000 agences bancaires sur le territoire, se démarque par rapport à ses voisins européens et démontre l'importance de la proximité avec le client. Un lien appelé à se renforcer encore par le biais d'innovations répondant toujours mieux aux attentes de tous les porteurs de carte.



Revoir la conférence en replay

Cloud, apps, vers des terminaux plus agiles et plus intelligents

INTERVENANTS

Frédéric Burtz, Directeur Général,
BPCE Payment Services

Michel Léger,
EVP Global Solution Development and
Innovation, Ingenico

Blandine Moreau, Responsable Études
et Standardisation Fonctionnelles, CB



Blandine Moreau

« Depuis plus de vingt ans, l'évolution des systèmes d'acceptation n'a jamais été aussi importante que ces deux dernières années : Android OS, APIsation des échanges, infrastructure dans le cloud, richesse applicative, nouveaux acteurs... Nous sommes impatients d'en savoir plus! »

Michel Léger

« L'orchestration optimale des paiements et des services associés, dans un écosystème qui mobilise l'ensemble des parties prenantes – enseignes, banques, fintechs, développeurs d'applications, éditeurs de logiciels, distributeurs, etc. – est clé pour créer de nouvelles sources de revenus et améliorer l'expérience utilisateur. »

Frédéric Burtz

« Les nouvelles fonctionnalités des terminaux de paiement représentent une rupture technologique similaire à celle qui a vu le passage du Nokia 3210 au smartphone. »

POST-COVID, DE NOUVELLES TENDANCES DE PAIEMENT S'INSTALLENT

Les attentes et les pratiques des consommateurs se sont rapidement et durablement modifiées avec la pandémie : augmentation de la demande e-commerce et de la convergence de celui-ci avec le commerce physique, généralisation du paiement sans contact, adoption du QR code...

Capitalisant sur le double mouvement d'accélération de l'innovation technologique et des changements de comportements clients, les acteurs du domaine de l'acceptation/acquisition se mobilisent pour répondre à ces tendances et proposer des solutions de paiement adaptées à ces nouveaux cas d'usage. Avec l'utilisation du cloud et la généralisation des API⁽¹⁾, c'est un véritable virage technologique que prennent aujourd'hui les fabricants de terminaux de paiement et les acquéreurs, en offrant de nombreux services complémentaires aux commerçants comme aux consommateurs.

Le développement de nouvelles innovations n'est pas près de s'arrêter : à titre d'exemple, Ingenico vient de dévoiler une solution de paiement biométrique sans contact par la paume de la main, et s'est engagé récemment dans un partenariat stratégique pour permettre au consommateur de payer en cryptomonnaies en magasin.

DES TERMINAUX TOUJOURS PLUS SMART

Du côté des établissements bancaires, on estime que la nouvelle génération de TPE Android connectés représente une proposition de valeur pour les commerçants. Chez BPCE, cette proposition repose sur trois piliers :

- du matériel de dernière génération ;
- des services à valeur ajoutée pour accompagner la digitalisation des paiements ;
- un portail dans la banque en ligne dédié à l'encaissement digital avec un tableau de bord incluant le journal des transactions, un centre d'aide en ligne...

Les nouveaux TPE offrent aussi la possibilité de télécharger des applications depuis un store dédié et d'ajouter ainsi de nombreuses fonctions avancées : paiement par QR code, paiement en plusieurs fois, gestion de cartes de fidélité digitales...

C'est aussi une liberté accrue que propose le groupe BPCE aux commerçants, avec un self-care digital permettant d'évaluer au mieux les produits adaptés à leurs besoins, de souscrire un service en ligne, ou encore de piloter plus finement leur parc de TPE.

L'avenir sera sans aucun doute à la généralisation de ces solutions pour tous les profils de commerçants, grâce notamment au développement des solutions SoftPOS (pour Software + Point Of Sale). Cette technologie disruptive permet de transformer tout smartphone ou tablette standard en terminal de paiement, tout en respectant des normes de sécurité de paiement élevées. Elle représente par exemple, une opportunité de développement de l'acceptation-carte par les artisans, les commerçants mobiles, mais aussi les grandes enseignes pour de nouvelles modalités d'encaissement.



Revoir la conférence
en replay

(1) Application Programming Interface.

Le paiement mobile, le nouveau geste de paiement CB

INTERVENANTS

Franck Lemonsu, Responsable Métier Digital & Solutions de Paiement Temps Réel, STET

Marie-Anne Livi, Directrice Stratégie & Relations de Place, Crédit Agricole

Olivier Mansart, Responsable de la gestion des projets, Règles, Opérations & Agrément, CB



Franck Lemonsu

« Compte tenu de la complexité des systèmes nécessaires au paiement mobile, il est indispensable que tous les acteurs travaillent en étroite collaboration pour proposer des solutions efficaces, résilientes, sécurisées et à haute disponibilité. »

Olivier Mansart

« Dans le paiement digital, être capable d'innover encore plus vite est clé. C'est possible grâce à une collaboration étroite avec tous les acteurs de l'écosystème : banques, commerçants, industriels et partenaires fournisseurs de wallets et mobiles. CB a la chance d'avoir de tels partenaires ! »

Marie-Anne Livi

« Nous souhaitons que nos clients puissent retrouver dans le digital exactement la même offre qu'ils ont avec leur carte physique, que ce soit sur le territoire national ou à l'étranger. »

LE PAIEMENT MOBILE EN PLEIN ESSOR

On le sait, il est toujours assez long d'installer de nouveaux usages de paiement, et il se passe généralement plusieurs années entre la disponibilité technique d'une solution et sa généralisation. Ainsi, la massification du paiement sans contact aura nécessité près de dix ans ! Pour le paiement mobile, le temps de l'accélération est bien arrivé : le nombre de paiements via smartphone en France est passé de 48 millions en 2019 à 845 millions en 2022. On s'attend à dépasser le milliard de transactions en 2023, soit l'équivalent de 10% des paiements par carte en proximité ! Cette part est appelée à croître fortement, à mesure que toutes les banques offriront à l'ensemble de leurs clients porteurs de carte la possibilité d'en faire usage dans leurs mobiles. Pour ce faire, cette offre nécessite au préalable la généralisation de solutions de digitalisation multipartites et complexes. Dans son plan Dynamique 2026, CB a intégré un volet d'accélération du paiement mobile pour accompagner toutes les banques émettrices CB dans l'intégration de CB dans leurs offres mobiles.

LA CARTE DANS LE MOBILE, UN PROCÉDÉ COMPLEXE

Au cœur du processus de digitalisation d'une carte dans un téléphone mobile, la « tokenisation » : ce procédé vise à remplacer des données sensibles en jetons (« tokens »), c'est-à-dire en des alias dédiés à des usages particuliers - par exemple, le paiement mobile CB et qui n'ont aucune valeur en dehors de cet écosystème. Dans le cas de la dématérialisation d'une carte bancaire CB dans un mobile, un token de paiement est ainsi associé au numéro de la carte par la plateforme de tokenisation, afin d'introduire les données de paiement de manière sécurisée dans le mobile et de permettre au client de réaliser des opérations de paiement CB chez les commerçants de proximité équipés

de terminaux de paiement sans contact et également chez les e-commerçants.

La plateforme de tokenisation de CB est opérée par la société STET, opérateur inter-bancaire européen, leader du « processing » des paiements par carte. Cette plateforme, appelée SDS (STET Digital Solution) opérationnelle depuis 2017, est déjà utilisée par deux groupes bancaires majeurs et permet les paiements CB avec Apple Pay sur iPhone et HCE⁽¹⁾ pour les téléphones Android.

LE PAIEMENT MOBILE CB GÉNÉRALISÉ EN 2025

L'offre de paiement mobile CB STET intégrera dès 2025 tous les wallets mobiles (y compris Google Pay et Samsung Pay) et embarquera l'ensemble des banques émettrices CB sur la plateforme.

Crédit Agricole a été parmi les premiers acteurs à utiliser les services digitaux de la plateforme SDS, et dispose aujourd'hui d'une offre de paiement mobile en mode « co-badgé », offrant ainsi à tous ses clients le choix entre deux réseaux de paiement. En plus de travailler avec Apple Pay et Samsung Pay, Crédit Agricole propose également une solution HCE pour les smartphones Android.

Les porteurs et les commerçants peuvent ainsi bénéficier de tous les avantages du paiement CB qu'ils plébiscitent dont la simplicité d'usage, une meilleure sécurité, un plus faible coût, le traitement et la protection des données selon les règles françaises et européennes...

Si cette offre de paiement mobile CB nécessite encore des développements, l'ensemble des banques françaises ont témoigné de leur volonté de l'accélérer en investissant dans une feuille de route ambitieuse qui débouchera sur une généralisation de l'offre de paiement mobile CB à l'horizon 2025.



Revoir la conférence en replay

(1) Hosted Card Emulation.

L'open payment CB, la carte ou le mobile pour accéder aux transports en commun

INTERVENANTS

Stéphanie d'Angely,
Responsable Marketing Commerce, CB

Christophe Badesco,
Chargé de mission, Keolis

Jérémie Gugger, Responsable produit,
Flowbird



Stéphanie d'Angély

« CB intervient en amont pour définir les règles fonctionnelles et sécuritaires, puis délivrer les agréments aux solutions d'open payment conformes aux exigences CB, comme celles de Flowbird, Worldline, Conduent... Cela permet ensuite aux opérateurs comme Keolis d'intégrer un système sûr et fiable. »

Jérémie Gugger

« Quand l'open payment est déployé, plus de 40 % des voyageurs occasionnels l'utilisent, dont environ la moitié avec leur mobile. Il en résulte une baisse de 30 % de l'usage des automates, que l'on peut enlever pour réduire les coûts ou les redéployer hors des centres-villes. »

Christophe Badesco

« L'open payment est un vrai ballon d'oxygène pour les opérateurs de transport. Il nous permet de faciliter l'accès à nos réseaux de transport, avec un geste simple, facile à expliquer et nous rassure car nous bénéficions d'une garantie sur nos recettes. »

PLUS BESOIN DE FAIRE LA QUEUE : UN BIP ET C'EST PAYÉ...

La mobilité est un enjeu stratégique. CB y travaille depuis plusieurs années avec de nombreux partenaires, et déjà de belles réalisations ont été déployées. Parmi celles-ci : l'open payment, la toute nouvelle façon d'accéder aux transports. Plus besoin de faire la queue à un guichet ou à un automate ! Désormais, on peut acheter un ticket en présentant sa CB sans contact directement sur le valideur du métro, du tram, du bus ou de la navette fluviale. C'est la carte ou le mobile qui devient le titre de transport ! L'avantage majeur, c'est qu'il n'y a plus à se poser la question de quel titre ou de quelle option tarifaire choisir. Le système calcule et applique automatiquement la tarification la plus avantageuse en fonction du trajet réel - à la journée, à la semaine, voire au mois.

SIMPLICITÉ POUR LES VOYAGEURS, FLUIDITÉ POUR LES OPÉRATEURS DE TRANSPORT

Outre la simplicité offerte au voyageur, cette solution est porteuse de nombreux bénéfices pour les opérateurs. L'autorisation différée, en particulier, est un gage de fluidité : après la présentation de la CB sur le valideur, le voyageur poursuit son trajet sans attendre la réponse de la banque. Au cas où celle-ci serait finalement négative, la garantie de 10 euros est de nature à rassurer les transporteurs sur leurs recettes. Enfin, l'open payment a l'avantage d'être universel. Du Japon au Chili, de nombreux touristes internationaux sont déjà familiers avec cette façon de prendre les transports et l'utilisent naturellement lorsqu'ils voyagent en France. Le geste est simple à comprendre, c'est le même partout dans le monde !

ET DEMAIN ?

Depuis le premier déploiement, par Keolis, à Dijon, en 2018, plus de 40 villes et collectivités françaises ont déjà opté pour une solution de paiement sans contact au valideur. Le système est plébiscité aussi bien par les voyageurs que par les opérateurs. Au point qu'on le retrouve aujourd'hui dans le cahier des charges de tous les appels d'offres des autorités organisatrices de transport. En voie de généralisation sur tout le territoire, l'open payment sert aussi de socle technologique à des initiatives plus larges que la seule dématérialisation du titre de transport. À l'image de l'application Mobility as a Service (MaaS), expérimentée par Flowbird à Monaco : reliée au système open payment, cette appli donne à l'utilisateur toutes les infos utiles en temps réel sur ses temps de correspondance, sur le prix qu'il devra payer pour son trajet, etc. Mieux encore, elle permet d'animer le territoire avec des services complémentaires : accès aux vélos partagés, aux espaces culturels ou au stade local avec un coupe-file... Bref : un canal précieux pour encourager les mobilités plus vertueuses. Et tout cela grâce à la simplicité et à la sécurité de CB !



Revoir la conférence
en replay

Une gamme complète d'outils CB au service des commerçants

INTERVENANTS

Patricia Choy, Global Payment Partner Manager, Deezer

Gilles Marchand, Head of Business Development - Bank Finance, WorldLine

Alexandre Poutaraud, Responsable Programme E-Commerce, CB

Matthieu Vermot, Managing Director BU Global Merchant, Payplug



Patricia Choy

« Chez Deezer, c'est surtout le taux de conversion qui nous importe. Qu'il soit pour les abonnés comme pour les nouveaux utilisateurs. Grâce aux solutions de monitoring de CB et leur précieux feedback, nous pouvons analyser les refus de paiement et mettre en place une stratégie sur la rétention des clients mais aussi sur les cas d'utilisateurs frauduleux. »

Gilles Marchand

« Construit et basé sur les assets de l'application FAST'R by CB, l'outil UPDAT'R by CB a été pensé pour assurer une vraie simplicité d'intégration pour les marchands. UPDAT'R by CB est conçu principalement pour améliorer significativement le taux de transformation. »

Matthieu Vermot

« L'utilisation de UPDAT'R by CB ne concerne pas uniquement le digital, il peut aussi intéresser l'économie de services et du retail. Aujourd'hui ce service est en pilote. Les clients ont tout de suite adhéré au principe et apprécié la fluidité du parcours client qu'UPDAT'R by CB procure. C'est une vraie satisfaction pour nous. »

UPDAT'R BY CB OU COMMENT ASSURER LA CONTINUITÉ DES PAIEMENTS À L'EXPIRATION DE LA CARTE

Le paiement e-commerce a toujours été un enjeu stratégique pour CB. Il représente aujourd'hui 1 paiement sur 7 (source : CB), soit 2 milliards d'opérations de paiement sur Internet dont 1,5 milliard d'authentifications 3D Secure grâce à la solution FAST'R by CB. CB va encore plus loin en proposant un nouveau service : UPDAT'R by CB. Lancé en pilote en février dernier avec la plateforme musicale Deezer, ce nouveau service permet à l'e-commerçant (ou à son prestataire d'acceptation technique) de récupérer la mise à jour de la carte bancaire de son client lorsque celle-ci arrive à expiration. Un dispositif qui évite l'interruption de service pour le consommateur, mais aussi une éventuelle perte de chiffre d'affaires pour le commerçant. Un intérêt également confirmé dans les cas où le marchand propose une solution de paiement en plusieurs fois.

UNE GAMME DE SERVICES CB POUR AMÉLIORER LA PERFORMANCE ET LE TAUX DE TRANSFORMATION

En complément d'UPDAT'R by CB, CB mettra prochainement à disposition un nouvel outil de monitoring développé spécifiquement pour les acquéreurs CB, les prestataires d'acceptation et les e-commerçants CB. Objectif : améliorer la performance grâce à un monitoring de la chaîne de paiement à 360 degrés. Dans le détail, cet outil capitalise sur l'expertise de CB pour analyser les performances d'un acteur et recommander des bonnes pratiques à la fois sur le volet authentification 3D Secure et les demandes

d'autorisation CB, sans oublier la fraude. Visant à être le plus complet possible, CB a prétesté ce dispositif, lequel a fait ses preuves auprès de Deezer et Payplug.

UNE GAMME DE SERVICES CB QUI RESPECTENT LES EXIGENCES DE PROTECTION DES DONNÉES

CB développe des outils innovants tout en maintenant la fluidité des parcours et leur simplicité d'intégration. C'est d'autant plus important à l'heure où l'e-commerce continue de progresser (+8% à T2 2023 - source : Fevad). Les outils CB se concrétisent par une optimisation du coût des transactions, par une amélioration significative du taux de fraude et par un bien meilleur taux de transformation, véritable indicateur de performance. Si les besoins et les innovations sont là, ils ne se font que dans le respect complet du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).



Revoir la conférence en replay

CB, passerelle multicanale entre les parcours d'achats digitaux et ceux de proximité

INTERVENANTS

Jean-Paul Dalmas, Directeur Général, Nepting

Emmanuelle François, Directrice d'Axepta Europe, BNP Paribas

Alexandre Poutaraud, Responsable Programme E-Commerce, CB



Alexandre Poutaraud

« CB a fait du sujet du paiement omnicanal l'une de ses priorités depuis le premier confinement Covid en 2021, notamment en matière de pédagogie auprès des commerçants avec Action Commerce CB créé à cette occasion. En complément, un guide de bonnes pratiques réalisé avec l'ensemble des industriels favorise l'intégration et l'interopérabilité. »

Emmanuelle François

« On attend de nous, en tant que banquiers, un parcours qui augmente le chiffre d'affaires, qui soit fluide, moderne et rapide à mettre en place. Disposer de solutions de bout en bout et de partenaires clairement identifiés permet de déployer très rapidement des solutions d'omnicanalité évolutives, offrant un panorama extrêmement large pour imaginer des cas clients dans tous les secteurs. »

Jean-Paul Dalmas

« L'omnicanalité implique des problématiques de sécurité et de norme. Elle nécessite aussi des dispositifs de paiement adaptés aux multiples canaux et aux évolutions technologiques, notamment avec les dernières générations de terminaux. L'enjeu est donc de mettre en œuvre les schémas de paiement dans le respect des normes et de la sensibilité bancaires. »

OMNICALITÉ ET CENTRICITÉ CLIENT

Figurant parmi les priorités de CB dans le contexte de digitalisation croissante, l'omnicanalité implique un changement de paradigme qui fait la part belle au parcours et à l'expérience utilisateur. Cette approche met fin à la traditionnelle dichotomie entre paiements « en ligne » et « en magasin », au profit d'un parcours d'achat sans couture quels que soient le canal et le moment de l'achat. En créant de nouvelles passerelles entre monde physique et digital, l'omnicanalité développe le chiffre d'affaires des commerçants et, pour le client, est un gage de fidélité à l'enseigne. Cela nécessite cependant de disposer de solutions de paiement adaptées à de multiples situations (en mobilité dans un magasin, par exemple), mais aussi évolutives d'un point de vue technologique. L'omnicanalité implique également des problématiques de sécurité et d'harmonisation des normes, avec la sensibilité inhérente au paiement et aux cartes bancaires.

- un achat anticipé en ligne pour éviter la file d'attente en magasin le jour J et n'effectuer que le retrait en magasin;
- l'achat en mobilité dans le magasin auprès du vendeur qui conseille l'acte d'achat et peut l'encaisser.

L'omnicanalité s'impose chez nombre de commerçants qui passent progressivement d'un modèle de caisse linéaire à une diversité de modèles d'acceptation de paiement. La nécessité d'une solution évolutive, facile et rapide à déployer au service d'un parcours d'achat le plus fluide possible devient incontournable.

L'INTERFACAGE, UN ENJEU MAJEUR

Le développement de solutions omnicanales repose principalement sur l'interfaçage de différents systèmes, notamment au travers d'API. Renforcer l'harmonisation technique et la rationalisation de ces différents systèmes en favorisant l'interaction et l'interopérabilité permettra d'en étendre l'usage. On pense notamment aux standards d'utilisation et aux référentiels internationaux sur lesquels œuvre CB, notamment ceux de l'e-commerce. Le partage de bonnes pratiques et de recommandations entre industriels est tout aussi important. Parce que le consommateur joue un rôle central dans cette approche, il conviendra enfin de renforcer la pédagogie qui lui est faite pour qu'il prenne pleinement conscience du potentiel de cette approche et vive une expérience renouvelée de son acte d'achat.

L'IMPORTANT POTENTIEL DES SOLUTIONS OMNICALS

Le potentiel de déclinaison dans divers secteurs et l'impact sur le développement du chiffre d'affaires peuvent s'illustrer avec la solution omnicanale complète développée par BNP Paribas en collaboration avec Nepting, dans le cadre du tournoi de Roland-Garros. Cette solution permettait la gestion de multiples cas d'usage depuis différents canaux :

- une commande en click & collect où l'achat se fait en ligne depuis une application mobile et le retrait en magasin dans la boutique du tournoi;
- une commande en ligne impliquant une partie livraison à domicile et un retrait en magasin;



Revoir la conférence en replay

Face au quantique, 2 maîtres-mots pour CB : anticipation et crypto-agilité

INTERVENANTS

Dr Remi Géraud-Steward, Cryptologue,
chercheur associé ENS/PSL et Geode, ENS

Bruno Kovacs, Responsable Études
et Standardisation Sécuritaire, CB



Remi Géraud-Steward

« Les mécanismes cryptographiques actuels sont au cœur de la sécurité de multiples domaines : communication, finance, agroalimentaire... Et tous vont se retrouver affaiblis ou remis à zéro par l'informatique quantique. »

Bruno Kovacs

« Un axe stratégique se dégage : développer la crypto-agilité, grâce à laquelle on peut basculer rapidement d'une primitive cryptographique vulnérable à une autre plus résistante. Elle permet de suivre l'évolution de la menace avec sérénité et de faire des choix plus éclairés. »

L'AVÈNEMENT DE L'INFORMATIQUE QUANTIQUE

L'informatique quantique constitue une nouvelle façon d'effectuer des calculs : là où l'informatique classique manipule des bits d'information (0 ou 1), elle utilise des propriétés de la mécanique quantique (intrication, superposition...), pour exploiter des qubits. Son développement théorique remonte à plusieurs décennies, avec la conception des premiers algorithmes quantiques. Mais elle n'est devenue que récemment une réalité : les premiers ordinateurs capables d'exécuter ces algorithmes ne datent que des années 1990. Depuis, l'attrait des applications de cette technologie a entraîné une course à l'innovation entre de nombreux laboratoires et industriels à travers le monde. En 2020, un palier a été franchi avec la preuve que ces machines pouvaient résoudre certains problèmes mathématiques bien plus facilement que les ordinateurs classiques.

UN CHANGEMENT CAPITAL POUR LA CRYPTOGRAPHIE

Or, c'est ce phénomène qui fait peser une menace inédite sur la sécurité des transactions bancaires. Celle-ci repose sur des procédés cryptographiques qui appartiennent à la sphère des mathématiques dans laquelle l'ordinateur quantique excelle : il pourrait résoudre en quelques minutes le problème dit du « sous-groupe caché », qui sert de base à nombre de dispositifs de sécurité, et qu'un ordinateur classique met en théorie des siècles à « craquer ». La recherche fondamentale et appliquée est

encore loin d'être mûre dans ce domaine mais, à terme, la menace pour le système bancaire est sérieuse.

UN PLAN D'ACTION FONDÉ SUR L'ANTICIPATION ET LA « CRYPTO-AGILITÉ »

Comment s'y préparer ? CB mène une réflexion stratégique majeure, conduite avec ses partenaires. CB travaille sur un plan d'action articulé sur deux axes : pour les transactions de proximité en ligne, il s'agirait de remplacer l'algorithme 3DES⁽¹⁾ par l'AES⁽²⁾-256 beaucoup plus robuste.

Pour les transactions hors ligne, les « courbes elliptiques » sont envisagées en attendant que les algorithmes post-quantiques prévus pour remplacer le RSA⁽³⁾ soient suffisamment éprouvés. Pour avancer, il est essentiel de développer la crypto-agilité : la possibilité d'adapter rapidement l'algorithme de sécurité au fur et à mesure que l'on voit monter et évoluer la menace quantique.

Le travail ne fait cependant que commencer. Et il est d'ampleur, puisqu'il concerne tous les acteurs de l'écosystème et toute la chaîne : émission, acceptation, acquisition, autorisation... Objectif ? Disposer des parades prêtes à être déployées avant même que la menace quantique ne se concrétise.

(1) Triple Data Encryption Standard.

(2) Advanced Encryption Standard.

(3) Chiffrement inventé par Ronald Rivest, Adi Shamir et Leonard Adleman.



Revoir la conférence
en replay

À PROPOS DE CB

Créé en 1984 pour mettre en œuvre un système de paiement par carte et mobile universel et interopérable ainsi qu'un système de retrait d'espèces dans les Distributeurs Automatiques de Billets en France, le Groupement des Cartes Bancaires CB est l'organe de gouvernance du système de paiement par carte et mobile CB. CB est le réseau de paiement leader en France, avec plus de 65% de la consommation courante des ménages payée avec une carte ou un mobile CB. C'est aussi, en 2022 :

- 76 millions de cartes en circulation;
- 50 000 Distributeurs Automatiques de Billets;
- 2 millions de contrats commerçants CB;
- 15 milliards de transactions (dont 7 milliards en mode sans contact) soit un volume de 685 milliards d'euros;
- 2 milliards de transactions e-commerce.

Nos missions

ANIMER

le réseau de paiement CB en définissant les règles et modalités de fonctionnement, lesquelles s'appuient sur les fondamentaux d'interbancaire et d'interopérabilité qui font notamment le succès de CB.

SÉCURISER

en renforçant en permanence les mesures de sécurité physique et logique des cartes, des mobiles, des terminaux de paiement et du système d'information.

DÉVELOPPER

de nouveaux services numériques en déployant, par exemple, l'acceptation des titres-restaurants dématérialisés sur les mêmes terminaux que ceux utilisés pour la carte et le mobile chez les commerçants.

INNOVER

pour adapter à son temps le paiement par carte et par mobile CB et l'intégrer dans tous les parcours clients, qui ne cessent de se réinventer à l'heure du digital. Le LAB by CB a été tout spécialement créé pour être l'incubateur des nouvelles tendances.

INTÉGRER

notamment avec sa filiale FrenchSys, les spécifications de systèmes de paiement étrangers pour permettre à leurs porteurs de payer aussi simplement qu'avec CB.

PROMOUVOIR

le paiement par carte et mobile pour développer l'usage et la notoriété de la marque CB.

Merci aux partenaires et intervenants qui ont contribué au succès de cette première édition du Sommet CB :



Les médias ont parlé du Sommet CB :



www.cartes-bancaires.com

Suivez-nous sur :



Crédit photo : 2023 ©Cedric-Doux.fr/CB





PAYER AVEC 
C'EST PAYER "MADE IN FRANCE".

CB - qui signifie Cartes Bancaires - ce sont quarante ans au service de la souveraineté et de la simplicité du paiement : préservons-les !
Chaque jour, deux tiers des dépenses courantes des ménages français sont des paiements CB, ce qui représente un paiement par carte ou mobile sur cinq en Europe.

CB doit avant tout cette réussite, ponctuée durant toutes ces années par de nombreux succès, à ses membres, aux commerçants et à ses valeurs fondatrices.

L'INNOVATION : l'invention de la carte à puce, le paiement sans contact, le cryptogramme visuel dynamique, le paiement sécurisé by CB, le paiement dans les transports, la carte biométrique, les paiements digitaux...

LA SÉCURITÉ : la fraude maîtrisée à distance comme en proximité, l'hébergement des données en France, la conformité réglementaire, lesquels renforcent la confiance dans les plus de 14 milliards de paiements CB par an.

L'EFFICACITÉ : des coûts CB toujours plus compétitifs, la protection du pouvoir d'achat du consommateur, un fonctionnement optimal et une inclusion territoriale et sociale démontrés durant la crise covid, notamment avec le paiement sans contact.

LA SOUVERAINÉTÉ : le choix de CB, c'est la préservation de notre souveraineté, la protection de nos données et de nos transactions, la défense de notre économie et de notre pouvoir d'achat.

Dans un monde de plus en plus incertain et face à la profonde transformation digitale des paiements, CB et son Conseil de Direction s'engagent unanimement à accélérer le développement de nouveaux services CB toujours plus inclusifs, sécurisés, innovants et performants. Ils s'engagent également à défendre la souveraineté de ce réseau historique de paiement par carte et mobile, au service quotidien des commerçants, des consommateurs et des citoyens français.**

