

CB : pourquoi les commerçants font le choix du paiement made in France !



CB est le réseau français de paiement par carte et mobile, leader en France. L'entreprise propose des solutions fiables, sécurisées et économiques, répondant à la fois aux enjeux de souveraineté nationale ainsi qu'aux attentes des consommateurs et des commerçants. Zoom sur cette exception française à travers les témoignages de ceux qui l'utilisent au quotidien.

DES FRAIS PLUS BAS POUR SOUTENIR LE POUVOIR D'ACHAT

Le premier avantage du réseau CB, c'est son côté économique, avec des frais pouvant être jusqu'à dix fois plus bas* que ceux de ses concurrents. Son modèle repose sur une optimisation et une mutualisation permanente des coûts, permettant d'innover afin de proposer des solutions parmi les plus performantes du marché.

Pour les commerçants, l'impact est concret : chaque centime économisé contribue à préserver le pouvoir d'achat des clients. « Pour nous, ça fait une vraie différence en fin de mois, vu le montant moyen des paniers en optique », confirme Hafid Kouche, opticien KryS à Asnières-sur-Seine.

Hyper-résilient, avec une disponibilité supérieure à 99 %, sept jours sur sept et vingt-quatre heures sur vingt-quatre, le réseau se distingue également par sa fiabilité. « Même en cas de perte du réseau télécom, la transaction passe. C'est rassurant d'avoir un réseau aussi expérimenté, toujours à la pointe de la technologie. »



CB, UNE EXCEPTION FRANÇAISE AU SERVICE DES COMMERÇANTS ET DE LEURS CLIENTS

La souveraineté s'applique-t-elle aussi aux modes de paiement ? Oui, répondent unanimement les commerçants. « Quand je propose un paiement CB à mes clients, je leur propose un soutien économique et local, avec les mêmes valeurs de fiabilité et d'exigence que dans notre maison », explique Romain Wirtz, dirigeant de la chocolaterie La Maison du Quernon à Angers. Alors que les services numériques



« AVOIR UN RÉSEAU DE PAIEMENT FRANÇAIS NOUS PERMET DE RESTER COHÉRENTS EN PROPOSANT UN PARCOURS D'ACHAT 100 % FRANÇAIS JUSQU'À LA TRANSACTION. »
HAFID KOUCHE, OPTICIEN KRYS

restent largement dominés par les géants américains en Europe, CB fait figure d'exception. Depuis plus de quarante ans, le réseau propose une infrastructure entièrement française, un argument qui résonne particulièrement dans le contexte de crise géopolitique actuel.

« Chez KryS, nous sommes les seuls opticiens fabricants et

distributeurs avec une traçabilité complète de nos produits, des verres aux montures », explique Hafid Kouche. « Avoir un réseau de paiement français nous permet de rester cohérents en proposant un parcours d'achat 100 % français jusqu'à la transaction. »

LA SÉCURITÉ AU CŒUR DES TRANSACTIONS

C'est cette infrastructure unique qui permet à CB d'afficher le plus faible taux de fraude du marché, deux fois inférieur* à celui observé par ailleurs.

« À La Maison du Quernon, nous effectuons plus de mille paiements par jour par carte bancaire », détaille Romain Wirtz. « Nos clients ont besoin de se sentir en confiance, et savoir que nous utilisons un réseau français les rassure. Sur Internet, nous utilisons d'ailleurs le même réseau que pour nos

© initialmilonovic / iStock

UTILISER CB EN FRANCE, C'EST BÉNÉFICIER :

- des frais de réseau les plus bas : 10 fois moins*
- du taux de fraude le plus faible : 2 fois moins*
- d'un meilleur taux de conversion
- du traitement des transactions sur le territoire

boutiques, avec la même fiabilité et le même niveau de service. » Cette sécurité renforcée garantit également le stockage et le traitement des données sur le territoire français, dans le respect complet de la réglementation en vigueur.

UNE EXPÉRIENCE CLIENT DE QUALITÉ AVEC UN PARCOURS DE PAIEMENT FLUIDE ET RAPIDE

Tous les commerçants le savent : le paiement fait partie intégrante de l'expérience client, mais pour une expérience de qualité, il doit se faire oublier. La transaction doit être simple, fiable et rapide, afin de fluidifier la circulation en boutique tout en limitant les soucis techniques.

« Au quotidien, CB me permet d'aller beaucoup plus vite », atteste Hafid Kouche. La surprise ? « Les clients voient le logo sur le TPE lors de la transaction, puis sur le ticket, mais c'est le logo CB, ressemblant à un drapeau bleu-blanc-rouge et apparaissant à la fin sur le terminal, qui leur fait le plus d'effet. » L'efficacité, finalement, c'est aussi la simplicité. « Pour nous, c'est devenu un réflexe : dès qu'on ouvre une boutique ou un nouveau site en ligne, on passe par CB », conclut Romain Wirtz.

*En moyenne.



LES MOTS D'UN PRO

3 QUESTIONS À DOMINIQUE SCHELCHER, PDG Coopérative U

Parlez-nous des valeurs de Coopérative U ?

Pour Coopérative U, le « made in France » est un critère extrêmement important, et depuis longtemps. C'est une question de défense de notre souveraineté, donc un engagement très fort, derrière les bons produits de qualité français. Je crois qu'on peut parler de souveraineté dans le paiement comme dans l'alimenta-

tion, et donc faire attention à acheter en payant français. C'est tout aussi important que le reste.

Quels sont les avantages de CB pour Coopérative U ?

Très concrètement, pour un commerçant, le réseau CB, c'est un paiement qui coûte moins cher au commerce, moins cher pour toute la chaîne au bout du compte, donc pour le consommateur final également. Le commerce, c'est une question de confiance. Choisir le réseau CB, c'est non seulement un avantage financier, mais aussi un avantage de sécurité.

Quels sont les enjeux autour de la gestion des données ?

Il faut savoir que le réseau CB ne vend pas ses données, ne les commercialise pas, ne les diffuse pas, ne les utilise que pour renforcer la sécurité autour du paiement. Choisir le paiement français, c'est une question essentielle de maîtrise et au final, de souveraineté française.



« À LA MAISON DU QUERNON, NOUS EFFECTUONS PLUS DE MILLE PAIEMENTS PAR JOUR PAR CARTE BANCAIRE. NOS CLIENTS ONT BESOIN DE SE SENTIR EN CONFIANCE »
ROMAIN WIRTZ, CHOCOLATIER LA MAISON DU QUERNON