

Note de conjoncture

Quel modèle économique pour l'Instant Payment ?

L'Instant Payment (IP ou SCT Inst) représente un véritable défi pour l'Europe des paiements. Dans la continuité du projet stratégique SEPA visant à harmoniser les pratiques entre les différents pays de l'Union Européenne, ce projet est devenu réalité en novembre dernier. En trois mois¹, plus de 500 000 paiements instantanés ont été réalisés. Les banques françaises préparent actuellement leurs offres IP. Quel modèle économique vont-elles adopter ?

L'Instant Payment se distingue des virements traditionnels par deux caractéristiques fondamentales : l'unicité et l'instantanéité de son exécution.

Ces deux caractéristiques créent une rupture avec les virements traditionnels et une réelle disruption dans un secteur où les plateformes de paiement ont été conçues pour traiter des paiements en masse, par vacation.

La mise sur le marché de l'IP implique ainsi pour les banques d'importants investissements, tant humains que financiers : refonte des processus, modernisation des systèmes de paiement, changements organisationnels, connexion aux nouveaux systèmes interbancaires...

« Tout dépendra du coût du service : le paiement instantané ne sera intéressant que s'il se révèle compétitif »²

Christophe VAN CAUWENBERGHE,
Responsable Innovation & paiements
Société Générale

Les banques françaises ont annoncé qu'elles offriraient ce service à leurs clients à l'horizon 2019³. Néanmoins, elles sont toujours en quête d'un modèle économique viable. Une seule certitude, le modèle choisi variera en fonction de la typologie de la clientèle.

Une offre gratuite pour les particuliers ?

La mise sur le marché de l'Instant Payment s'effectue dans un contexte peu favorable pour les banques. Contrainte à ouvrir ses données aux fintechs, à repenser les processus d'authentification de ses clients et à faire face à la concurrence des néo-banques, la banque traditionnelle n'a d'autres choix que de doper ses offres par des services innovants.

Les banques voient en l'Instant Payment un moyen de paiement capable de rivaliser avec les offres des nouveaux acteurs. Mais sa mise à disposition auprès des particuliers ne devrait se faire que gratuitement : de nombreuses solutions de paiement en temps réel entre particuliers ont inondé le marché français et sont proposées gratuitement par les nouveaux acteurs des paiements.

Nombre d'utilisateurs des principales applications de paiement en temps réel entre amis, en France :

- 1,4 millions d'utilisateurs Lydia⁴
- 300 000 utilisateurs Pumpkin⁵
- 7,5 millions d'utilisateurs Paypal⁶

Certes, ces paiements entre particuliers ne sont pas instantanés à proprement parler. En effet, seuls les portefeuilles électroniques des deux parties (payeur et payé) sont mouvementés, les fonds n'étant crédités sur le compte bancaire du bénéficiaire que 24 à 48h plus tard. Du point de vue du client, la perception des deux types de paiement est identique et ne saurait justifier une différence de tarification.

¹ « EBA Clearing's Instant Payment system RT1 hits 500000 transactions », EBA Clearing

² « Temps Réel : quand le paiement devient instantané », Revue-Banque

³ « Pourquoi les banques françaises sont à la traîne », C Banque

⁴ « L'application Lydia cartonne auprès des jeunes », Le Parisien

⁵ « Pumpkin, application de paiement », Hello-France

⁶ « Paypal s'attaque au marché français du voyage », La Tribune

Comment tirer profit d'un service proposé gratuitement aux particuliers ?

Le payeur aura-t-il un intérêt à utiliser l'Instant Payment s'il est payant, alors que seul le bénéficiaire profite de l'instantanéité de la mise à disposition des fonds ? Assurément non, et les banques l'ont bien compris. L'IP devrait être proposé gratuitement aux particuliers.

Gratuité ne signifie pas nécessairement absence de profit : avec une offre IP gratuite et concurrentielle, forte de son capital confiance et à travers une communication intelligente, la banque peut tirer énormément de profits de ce marché :

- D'un côté, à travers la création d'offres de paiement orientées « mobile first », complémentaires à l'Instant Payment et combinées avec les nouveaux services réglementés par la DSP2, la banque traditionnelle dispose alors d'un ensemble de services lui permettant de se différencier de ses concurrents. Elle renforce ainsi la fidélité de ses clients et peut même séduire une nouvelle clientèle en quête de nouveautés et d'innovation.
- De l'autre côté, l'utilisation de l'Instant Payment vise à réduire l'utilisation du chèque et du cash, et les coûts associés. Sa facilité d'utilisation ainsi que son instantanéité constituent de solides arguments pour réduire la part de ces paiements « traditionnels » (le coût du chèque est estimé à 2,68 milliards d'euros par an, soit 50 fois plus cher que le coût d'une transaction électronique, par virement ou par carte⁷).

Quid des clients professionnels et entreprises ?

Du côté des entreprises et des professionnels, l'Instant Payment est également très attendu. A tel point que 75% des PME françaises ont déclaré qu'elles se sentiraient « incitées » à passer à la concurrence si une banque leur proposait des fonctionnalités de paiement en temps réel⁸.

Véritable atout pour les entreprises, l'Instant Payment leur permettra d'optimiser la gestion de leur trésorerie, minimisant ainsi leur besoin de financement externe. Les banques devront ainsi repenser leurs offres de cash management.

La possibilité d'un paiement instantané à la livraison constitue également un atout, garantissant aux clients la qualité d'un bien ou service et aux fournisseurs une maîtrise du risque de défaut de paiement. D'autres offres annexes peuvent également être imaginées, telles que la facturation électronique en temps réel, le stockage des factures des fournisseurs...

En 2016, 17% des opérations de paiement en Grande Bretagne ont transité par *Faster Payment*⁹

Ces services permettront à la banque d'augmenter les profits tirés de ce nouveau service et de compenser la probable baisse des volumes de transactions par carte (et les frais associés, source de revenus importante pour les banques). Voire, le cas échéant, baisser le coût de l'IP pour viser une position de leader sur ce marché.

L'IP britannique « *Faster Payment* » : Un exemple à suivre ?

En Grande Bretagne, « *Faster Payment* », équivalent de l'Instant Payment, a été lancé en 2008 et est proposé par les banques à l'ensemble de leurs clients : particuliers, professionnels et entreprises. Pour commercialiser ce nouveau moyen de paiement, les banques anglaises ont choisi de répercuter le coût de sa mise en œuvre sur les entreprises et de le proposer gratuitement aux particuliers.

Depuis son lancement, les banques ont ainsi multiplié les nouveaux services basés sur *Faster Payment*, à l'image de :

- **Ping It** (Barclays) et **PayM** (offert par 16 banques UK) permettent d'initier des paiements instantanés en utilisant uniquement un numéro de téléphone

⁷ « Le chèque coûte 50 fois plus cher que le virement », C Banque

⁸ « 75% des PME françaises seraient prêtes à changer de banque », Finyear

⁹ « UK clearings dominated by bacs », CtmFile



- **Zapp** (HSBC et Santander) permet de payer les achats en magasin ou en ligne

Très populaire auprès des particuliers, ce service de paiement l'est aussi et surtout au sein des PME anglaises qui l'utilisent pour le paiement des fournisseurs et des salariés payés à la semaine.

Le modèle économique choisi par les banques britanniques a ainsi grandement contribué au succès du Faster Payment.

L'Instant Payment : la révolution des services de paiement ?

La mise en œuvre de l'Instant Payment représente un coût considérable pour les banques. Pour autant, elle ne doit pas constituer une fin en soi. A l'instar de la DSP2, l'IP représente une réelle opportunité pour le secteur des paiements de se réinventer et de répondre aux besoins des clients.

L'Instant Payment doit être perçu comme un levier d'innovation, ouvrant la porte à des services innovants à forte valeur ajoutée, déclinés et adaptés aux besoins des particuliers comme des entreprises. C'est uniquement de la sorte que le secteur bancaire pourra faire de l'Instant Payment un produit rentable.

Note de conjoncture réalisée par Heythem DEBBICHE, Consultant sénior, et Nicolas BOISVILLIERS, Manager

siltéa

conseil en management

Forte de son expertise reconnue des métiers de la banque, Siltéa accompagne ses clients dans la transformation de leurs filières & offres paiement.

À travers sa practice « Moyens de paiement et monétique » et ses profils experts, Siltéa associe les approches digitale, organisationnelle et innovante des moyens de paiement, tout en plaçant le « parcours client multicanal » au centre de sa démarche.

CONTACTS

siltéa

Jean-Luc CARPENTIER

Associé

- +33 (0)1 42 68 89 89
jean-luc.carpentier@siltea.com

siltéa

Sophie DUMONT

Responsable communication

- +33 (0)1 42 68 74 48
sophie.dumont@siltea.com

