



EWPN

MAKING DIVERSITY
MATTER IN FINTECH

6ème Meetup France

**Covid-19 : quels impacts
sur la filière paiement ?**

8 septembre 2020 – 10h-11h30

Webinar



Avec le soutien de



Recommandations

- . **Coupez votre micro** (sur votre PC ou votre téléphone) pour éviter les bruits parasites
- . **Utilisez la fonction « chat »** pendant le webinar pour poser vos questions ou faire des remarques. Elles seront ensuite reprises par le modérateur et transmises aux intervenants
- . **En fin de présentation, lorsque la session Q&A sera ouverte, vous pourrez rouvrir vos micros.** Annoncez votre prénom et nom lorsque vous intervenez



Agenda

- 1** 10h - Mot d'ouverture CB
Laetitia Dorla, Responsable des relations avec le commerce
- 2** 10h15 - Actualités EWPN & Introduction des débats
Andréa Toucinho & Estelle Brack, Ambassadrices EWPN France
- 3** 10h30 – Interventions et témoignages
.
- 4** 11h30 – Conclusion CB
Loys Moulin, Directeur du développement

Introduction

Laetitia Dorla

Responsable des Relations avec le Commerce



Estelle Brack

Advisor, Chief Economist, Author



Andréa Toucinho

Conférencière, Consultante, Journaliste, Auteur



Prochains événements EWPN Europe

29/10/2020

herCAREER / Munich, Allemagne

14/03/2021

Global Female Leader / Berlin, Allemagne

2021

EWPN Annual conference, awards and dinner

Amsterdam, Pays-Bas

Covid-19 : quels impacts sur la filière paiement?

Dématérialisation du paiement : fil conducteur de l'évolution du marché...

- Volonté institutionnelle européenne d'accélérer le déclin des paiements en espèces et par chèque au profit de moyens de paiement électroniques répondant à l'évolution des usages et propices au renforcement de la sécurité (traçabilité)
- Réglementation incitant à l'innovation (DSP2)
- Cadre sécuritaire adressant de plus en plus les espèces (LAB-LAT, décret plafonnant les paiements en espèces à 1000 € en France, projets de renforcement des sanctions en cas de chèques impayés au Portugal...)
- . Technologies propices à l'accélération de la dématérialisation des paiements (biométrie, signature électronique...)

... Mais des usages qui ont du mal à évoluer

- Le cash reste un moyen de paiement apprécié dans plusieurs pays du monde :
- Europe (exemples : Allemagne, Autriche, ou encore Portugal où les espèces représentaient encore 60% du nombre de paiements réalisés au Portugal en 2017 (+4% par an depuis 2015), selon le Forum para os Sistemas de Pagamento)

Covid-19 : quels impacts sur la filière paiement?

Covid-19 : un contexte « exceptionnel » impactant le paiement en magasin...

- Craintes sanitaires liées à l'utilisation des espèces dans le contexte de la crise

Rappel : étude MasterCard de 2014 démontrant qu'une personne sur cinq se lave les mains après avoir manipulé des espèces, billets ou pièces. L'enquête, réalisée sur 9 000 personnes de douze pays européens, démontre également que trois quarts des sondés reconnaissent qu'ils devraient faire preuve de davantage de précautions dans leur utilisation des espèces, en raison des microbes qu'elles sont susceptibles de véhiculer)

- Fermeture de la plupart des magasins physiques impliquant un recours au e et du m-commerce dans différents pays
- Incitation à l'utilisation de la carte de paiement dans la plupart des magasins physiques restés ouverts

... et un accélérateur de la dématérialisation du paiement

- Prises de position institutionnelles sur le paiement par carte sans contact :
- Hausse du plafond à 50 € dès les premiers jours du confinement dans de nombreux pays européens (Pays-Bas, UK, Irlande, Portugal...)
- Recommandations de l'Autorité Bancaire Européenne sur l'utilisation de la carte de paiement sans contact au lieu des espèces pour limiter les risques de contagion
- Renforcement des usages digitaux => Paiement mobile au Portugal : selon l'acteur monétique national SIBS, le 15 avril 2020, la solution de paiement digital MB Way, dépasse en avril 2020 le record enregistré avant le début de la pandémie et connaît une croissance de deux points chaque semaine



Covid-19 : quels impacts sur la filière paiement?

Le Covid-19 a remis sur le devant de la scène les débats sur l'avenir de la monnaie, en particulier la **monnaie digitale**

Covid-19 : quels impacts sur la filière paiement?

Impacts du Covid-19 sur la réflexion prospective liée aux paiements

- Comment accompagner les consommateurs finaux dans cette nouvelle donne contextuelle (l'importance de l'information et la communication) ?
- Quelle gestion de la crise sanitaire par les entités financières?
- Quels impacts stratégiques sur le secteur du retail ?
- Comment accélérer l'évolution vers des sociétés cashless?



Interventions

- 1 **Philippe Marquetty**, *Directeur des paiements, Société Générale*
- 2 **Ludovic Francesconi**, *Responsable Marketing CB*
- 3 **Nathalie Roy**, *Conseillère technique Économie, Fiscalité, Développement durable, U2P*
- 4 **Bertrand Pineau**, *Responsable e-commerce, m-commerce, Fevad*



Impacts du COVID – Etablissements bancaires

Philippe Marquetty
Directeur des paiements





Impacts du COVID – Approche chiffrée

Ludovic Francesconi
Responsable Marketing



DONNEES DE PAIEMENT PAR CARTE CB – vision macro

Comment évaluer l'évolution des modes de consommation des français à partir des données de paiements CB ?





Rappel des Chiffres 2019



71,1 millions
de cartes CB



1,6 milliards de
paiements de vente à
distance



3,4 milliards de
paiements sans contact



1,8 millions de contrats
d'acceptation

+8,8% PROGRESSION DES
PAIEMENTS
2018 vs 2019

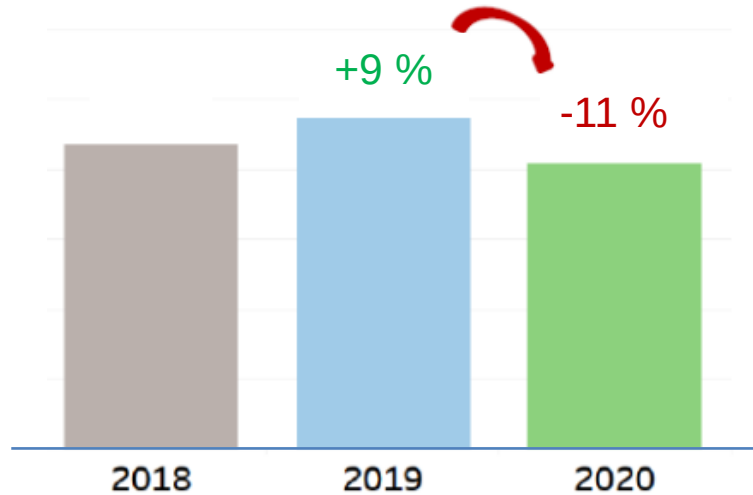
12,4 **Milliards** de paiements



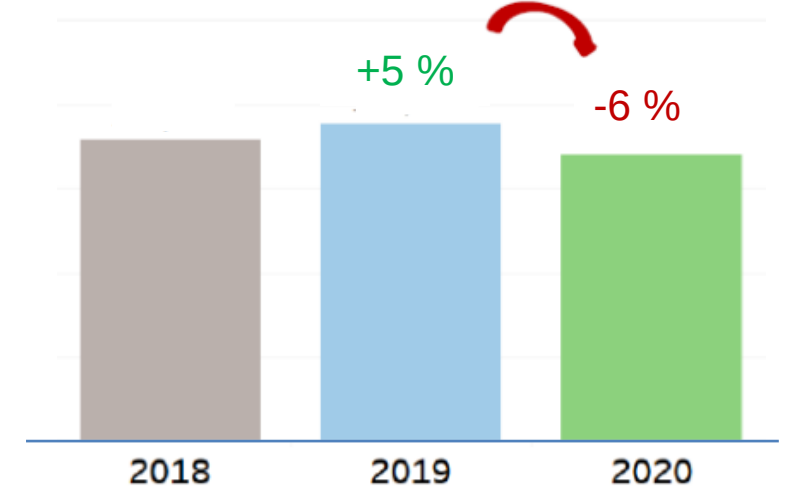
Un premier semestre 2020 sans précédent...



Evolution du nombre de paiements CB
à fin juin



Evolution de la valeur des paiements CB
à fin juin



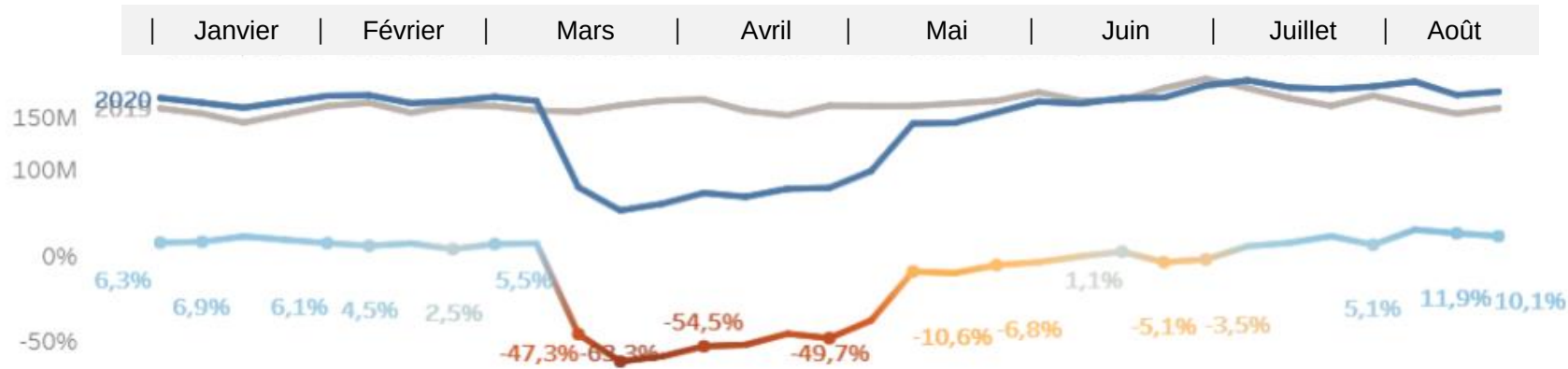
Nota : l'ensemble des chiffres présentés ici ne représente que l'activité CB

- Paiements par carte CB (environ 60 % de la consommation courante)
- Clients principalement français, donc hors touristes étrangers qui sont particulièrement importants pour l'économie de certaines régions pendant les mois d'été



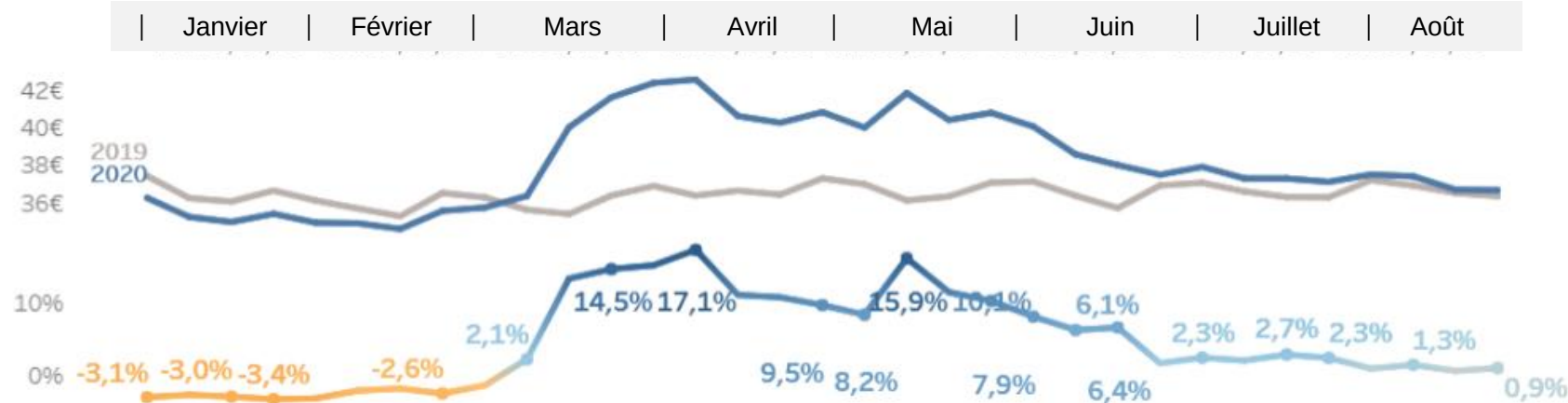
Une tendance temporaire à la diminution de la fréquence d'achat en magasin

Activité - Nombre de transactions par semaine



Jusque début juillet, les français se rendaient moins souvent en magasin mais dépensaient davantage...

Activité - Montant moyen de transaction par semaine



Le panier moyen revient progressivement à son niveau de 2019.

FOCUS SUR LE COMMERCE ALIMENTAIRE





Une tendance durable en faveur des commerces de proximité

Grands formats



VS.

Commerces de proximité



Evolution
annuelle du
chiffre d'affaires
CB depuis mai

- 30 à -40 %

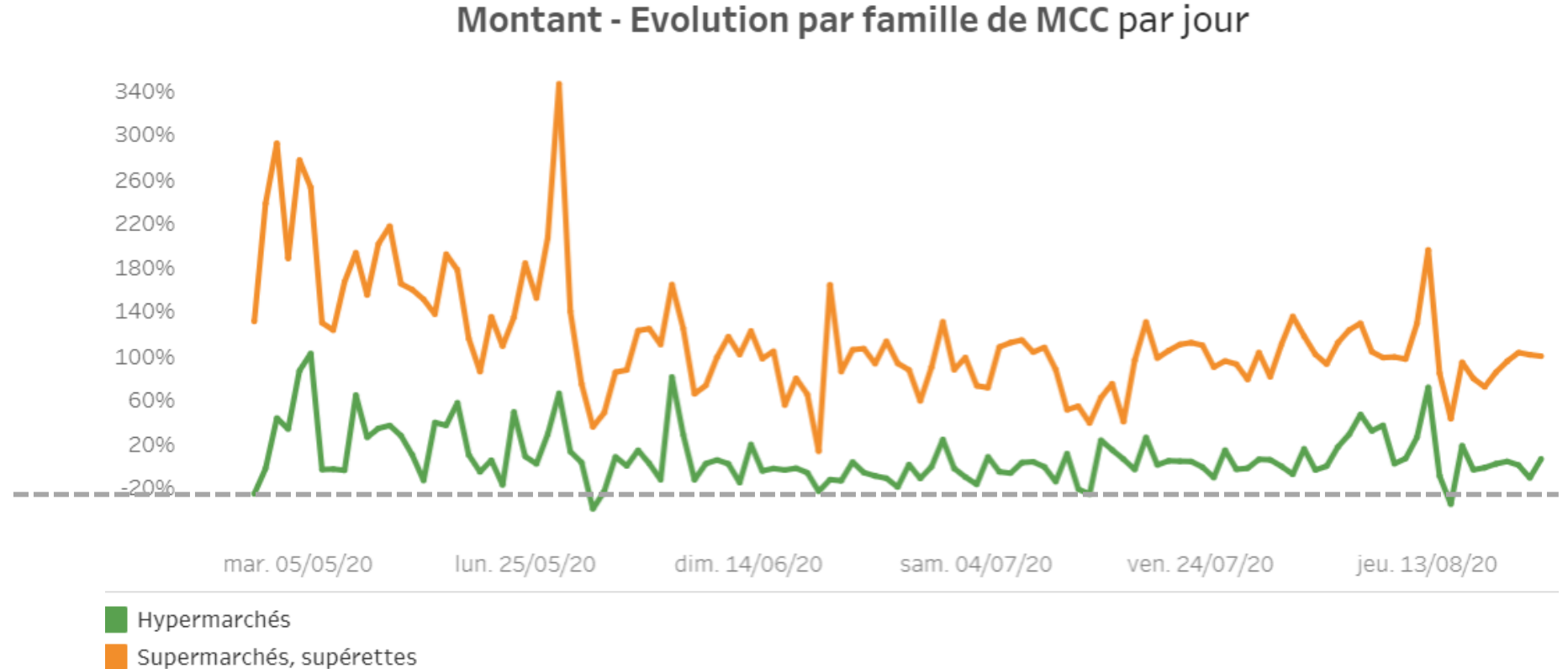
+ 30 à +40 %



Drive et livraison : une croissance durable également

*Les drives des hyper
se maintiennent par
rapport à 2019,*

*alors que les drives
et livraisons des
supermarchés et
superettes
enregistrent un
doublement durable
de leur activité depuis
le déconfinement*



FOCUS SUR LA RESTAURATION





Report partiel vers le click and collect ou la livraison

Restauration
traditionnelle

vs.

Restauration
rapide

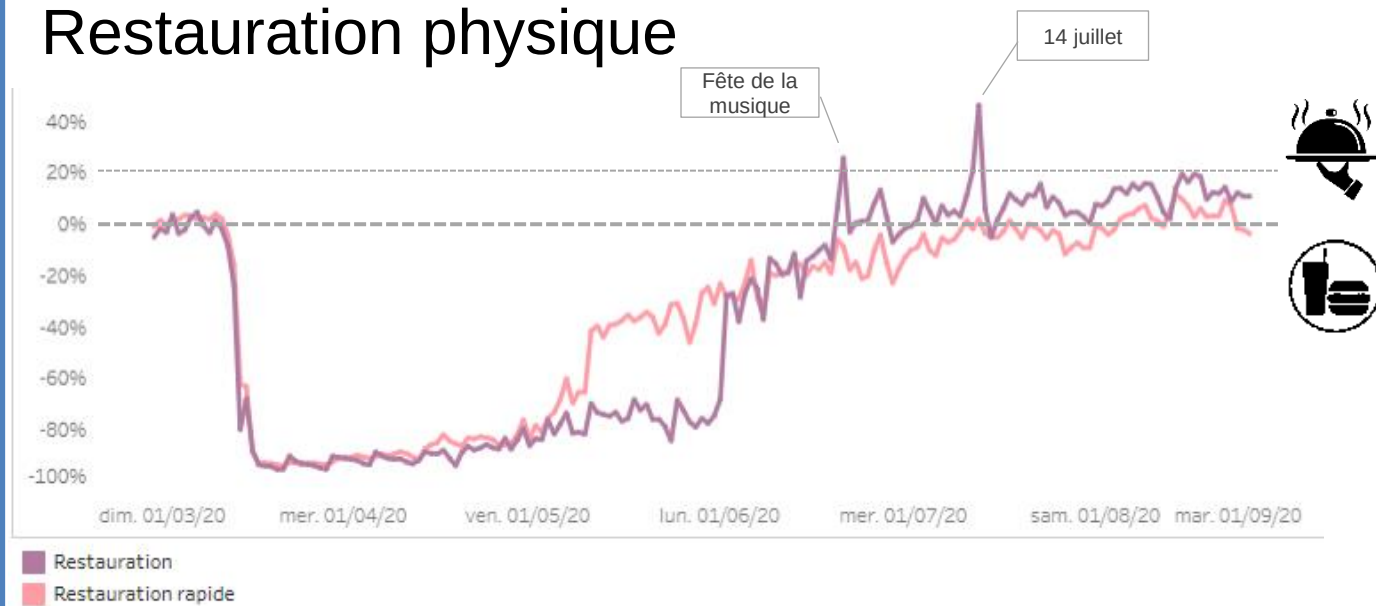
La restauration rapide a repris plus rapidement en sortie de crise étant donné les mesures sanitaires.

En revanche, la restauration classique est en plus forte croissance depuis fin juin (+ 20 % certaines semaines).

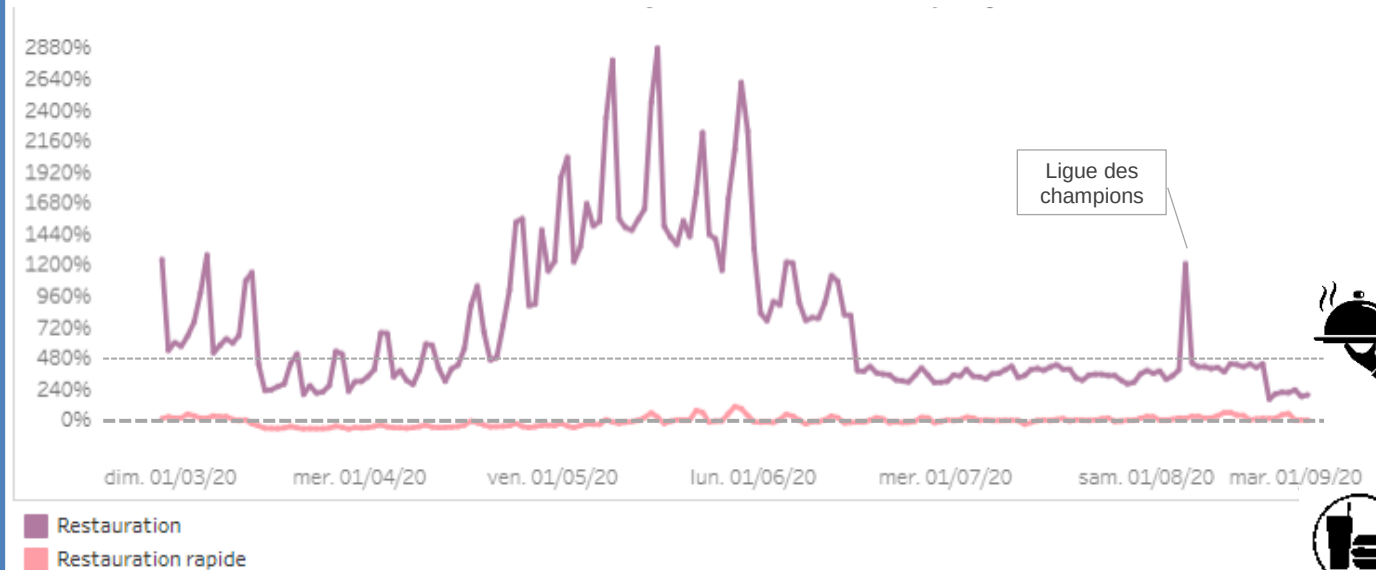
Restauration **physique** vs. Vente **en ligne**

Dans la restauration traditionnelle, la vente en ligne a explosé pendant la période de fermeture des restaurants, et se maintient depuis le début de l'été autour de + 400 % vs. 2019.

Restauration physique



Vente en ligne (click & collect ou livraison)



AUGMENTATION DU PLAFOND SANS CONTACT

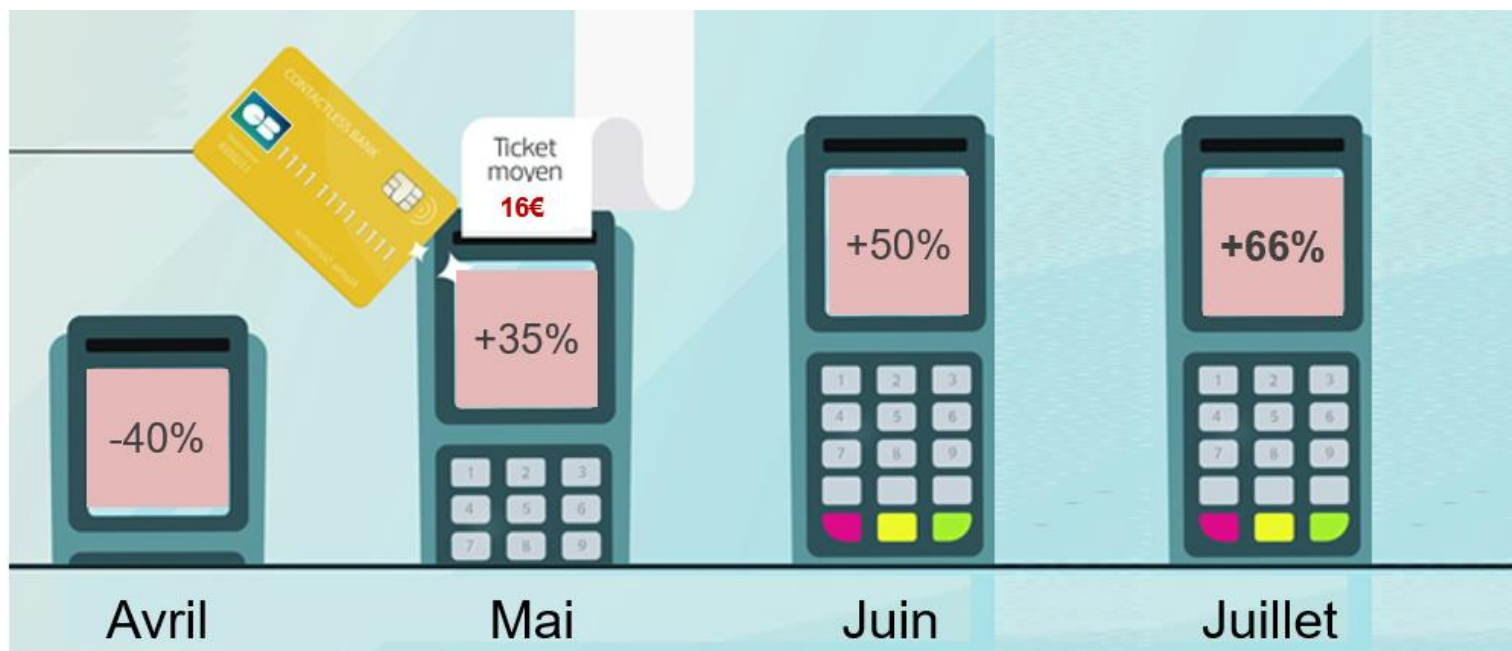
« L'adoption est très forte. Après deux semaines de déconfinement, plus d'un tiers des paiements par carte entre 30 et 50€ se faisaient sans contact. »

Julien Lassalle, Banque de France





Le relèvement du plafond du sans contact à 50 € a eu un effet positif y compris entre 0 et 30 €



Répartition des paiements
CB en proximité

80% 0-50€

20% >50€



Près de

70%

des paiements CB sans contact **entre 0 et 30 €**

Plus de

40%

des paiements CB sans contact **entre 30 et 50€**

68%

des commerces en France proposent le SC tous secteurs confondus



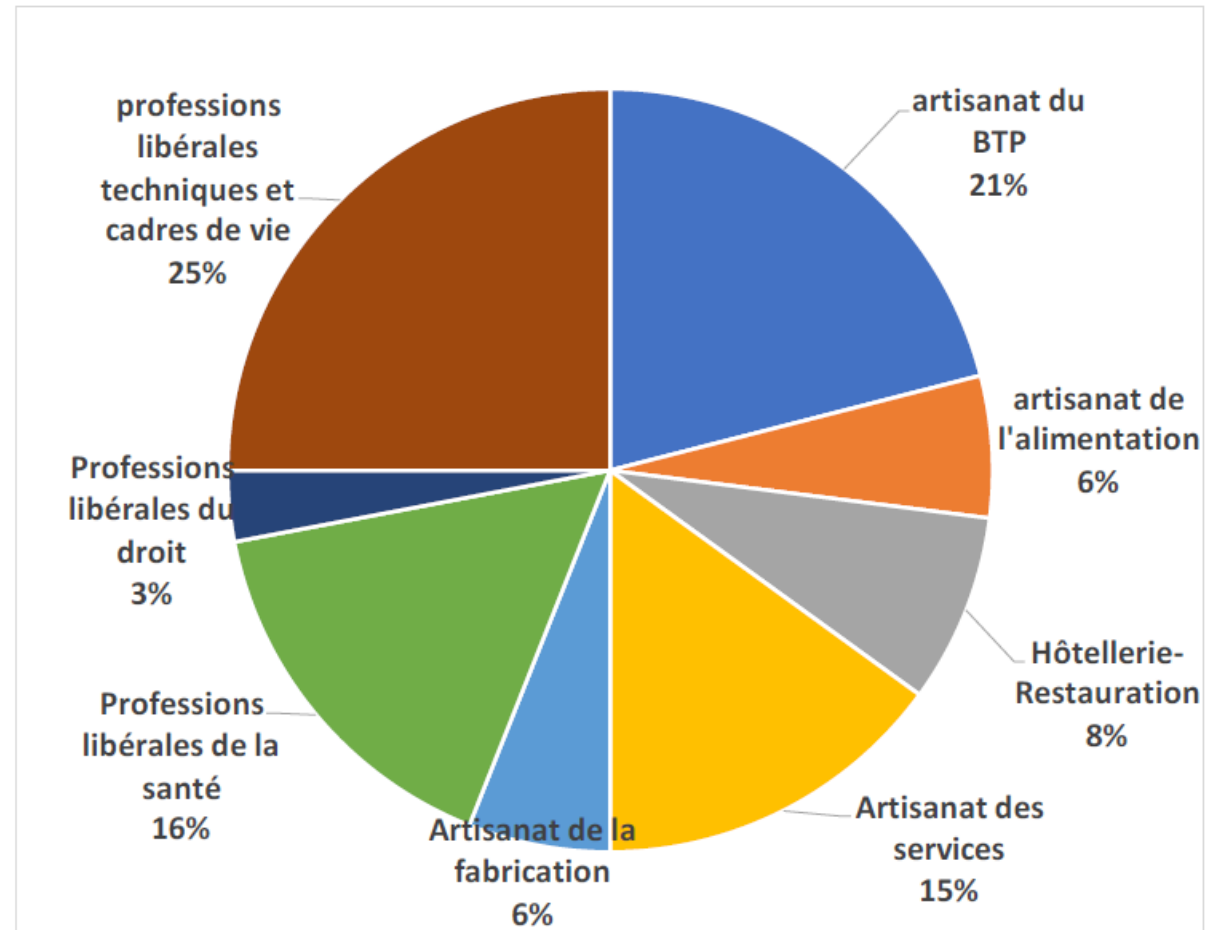
Impacts du COVID – Commerces de proximité

Nathalie Roy
*Conseillère technique Économie,
Fiscalité, Développement durable*



Les différents secteurs de l'économie de proximité

Répartition des **3 millions** d'entreprises de proximité représentées par l'U2P



Impact de la crise sanitaire sur l'activité des entreprises de proximité

- **Une chute de l'activité sans précédent**
(enquête I+C, Xerfi, U2P, second trimestre 2020)
- **L'artisanat, le commerce alimentaire de proximité-
HCR et les professions libérales enregistrent une chute
très lourde au second trimestre 2020 :**
 - > **L'activité recule de 28,5 % par rapport au même
trimestre de l'année 2019.**

Panorama selon les secteurs

Artisanat

- ❖ **Bâtiment: -23%**
- ❖ **Travaux publics: -28%**
- ❖ **Fabrication**(*Travail des métaux, bois ameublement, textile-habillement, imprimerie,...*): **-30%**
- ❖ **Alimentation: -3,5%**
si les artisans de l'alimentation (boulangerie, pâtisserie, boucherie, charcuterie, poissonnerie, etc...) **ont pu rester ouvert, leur chiffre d'affaires est en baisse de 3,5% sur le second trimestre 2020.** Les évolutions sont contrastées selon les métiers (activité des poissonniers sinistrée, boulangers très pénalisés, progression pour les bouchers);
- ❖ **Services** (*réparation automobile, taxis, ambulances, coiffure, blanchisserie, teinturerie,...*): **-33%**

Commerce alimentaire de proximité et Hôtels-Cafés-Restaurants

- ❖ **Les commerces alimentaires de proximité ayant pu rester ouverts** (épicerie, fruits et légumes, produits laitiers,...), **l'activité s'avère moins impactée: +1%, Avec cependant des évolutions très contrastées selon les secteurs** (ex.: forte baisse pour les cavistes, progression pour les fruits et légumes).
- ❖ **Le secteur des Hôtels-Cafés-Restaurants (HCR)** accuse le repli le plus conséquent avec un repli de **-88 %** en raison de l'arrêt quasi-total de la filière jusqu'au 2 juin.

Professions libérales

- ❖ **Santé: -22%**
- ❖ **Droit : -30 %**
- ❖ **Techniques et du cadre de vie** (géomètres, architectes, formateurs/enseignement, agents d'assurance, intermédiaires du commerce, ingénierie-études techniques, ...) : **-30,5 %**

Impacts sur les paiements pour cette catégorie d'entreprises

1

- Rapidement à l'instauration du confinement, les entreprises en B to C autorisées à ouvrir, celles de l'alimentation en particulier, ont souhaité que **le plafond du paiement par carte bancaire sans contact soit relevé**, identifiant ce moyen de paiement comme un geste barrière

2

- En particulier dans les secteurs de l'alimentation (artisanat) et dans le secteur HCR pour la vente à emporter, les entreprises ont développé de nouveaux services pour s'adapter aux nouveaux besoins et nouveaux usages de la clientèle via la mise en place de solutions digitales (vente en ligne, livraison, click collect utilisation de plateformes, réseaux sociaux,

3

- Dans la santé ou le conseil, afin d'assurer une continuité de services, les consultations à distance se sont également développées et donc également les paiements à distance pour les professionnels concernés

Phénomène temporaire ou tendance de fond ?

- Une crise est souvent l'occasion de se réinventer
- En pleine crise sanitaire, la nécessité a accéléré la transformation digitale de certaines petites entreprises
- Ces tendances n'ont pas disparu avec le déconfinement
- Il reste à savoir si elles se poursuivront, s'amplifieront
- D'où la nécessité d'un accompagnement ciblé des petites entreprises par les acteurs socio économiques en association avec les acteurs publics et l'ensemble des acteurs de l'éco système
- Via notamment la mise à disposition d'outils, de financement, et la mise en oeuvre de politiques adaptées dédiées (Plan Artisanat Commerce avec l'appui de FranceNum Financements Bpifrance, Site ActionCommerceCB etc)





Impacts du COVID – E-commerce

Bertrand Pineau
*Responsable Veille,
Innovation et Développement*

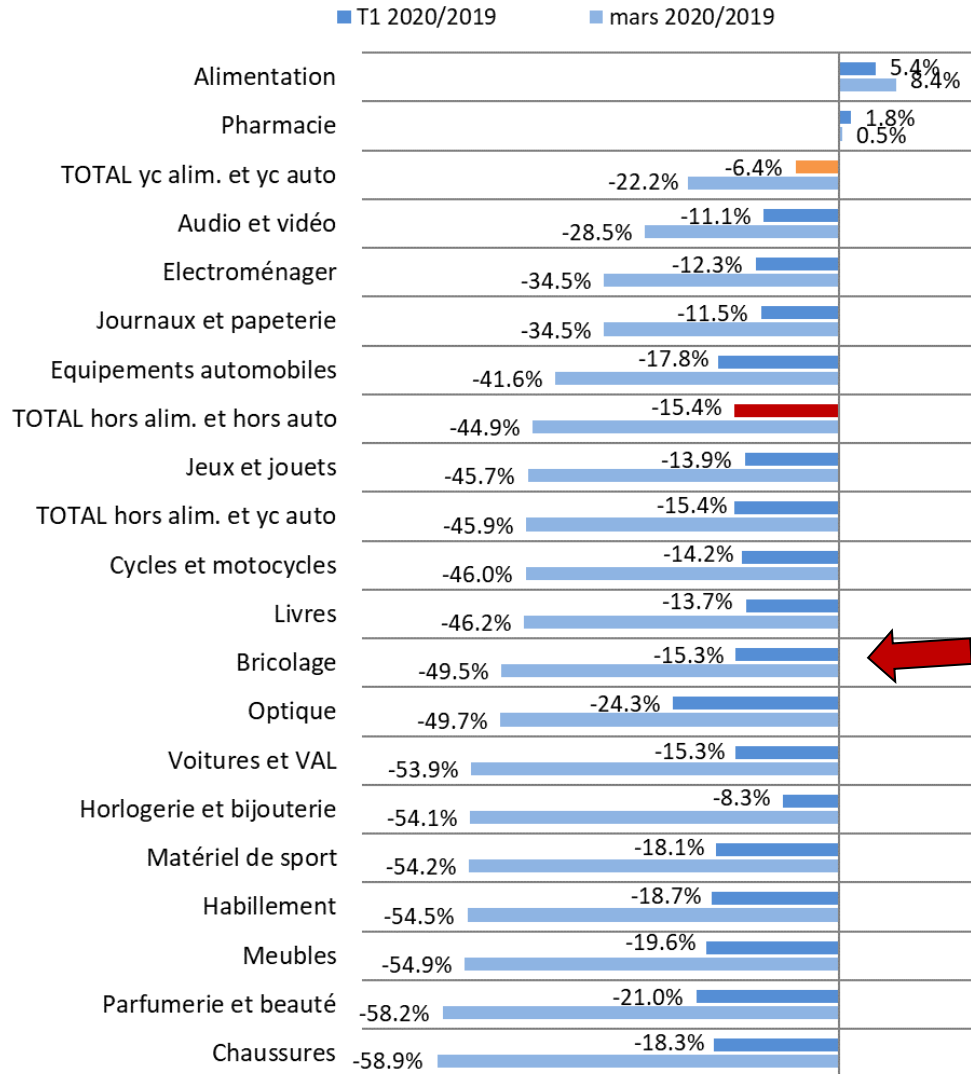


Covid 19 – Quels impacts sur la filière paiement ?

NB : bilan complet T2 2020 le 15/09 prochain

Panel iCE100 produits btoc vs. Consommation des ménages sur T1 2020

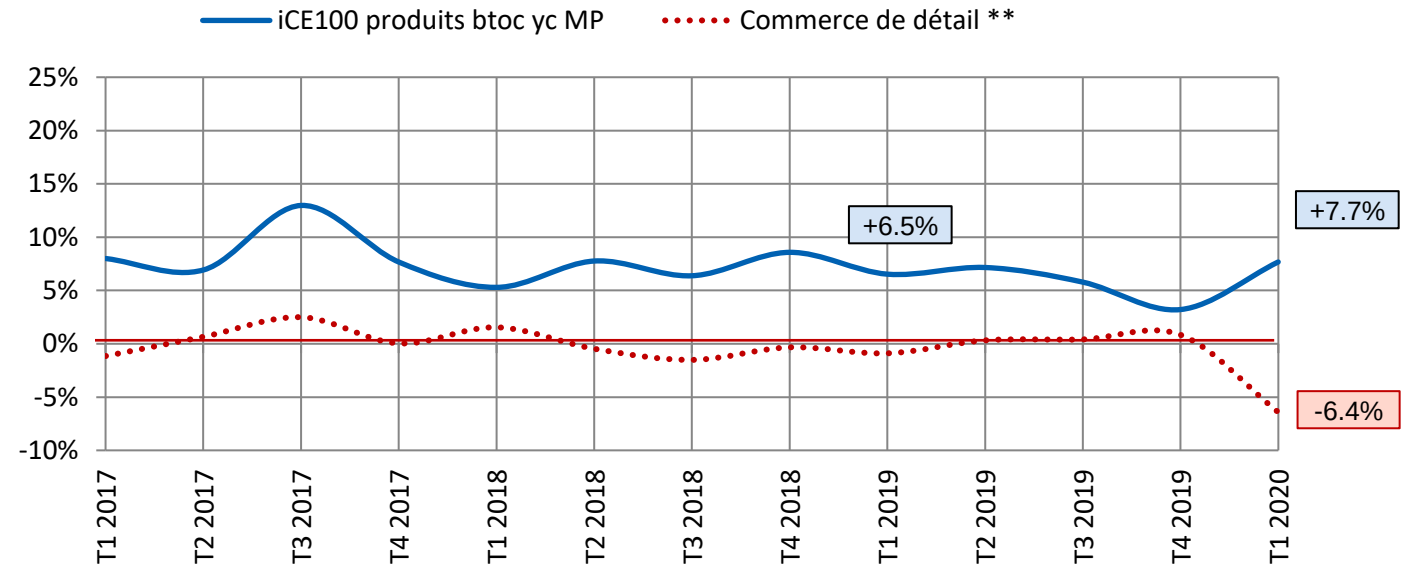
Taux de croissance du Commerce de détail au T1 2020



Source : Banque de France

Taux de croissance trimestriels du chiffre d'affaires des sites du panel iCE100 ventes de produits btoc et du Commerce de détail

% par rapport à la même période de l'année précédente



** Total Commerce de détail y compris alimentaire et automobile Source : iCE / Fevad et Banque de France ©

- La Consommation des ménages, en hausse de 1.8% sur janv-fév, recule de 22.2% sur mars en raison de la crise Covid-19 et de la fermeture des magasins hors alimentaire à partir du 17 mars : le retrait sur le 1er trimestre est de 6.4% et -15,4% hors alimentaire.
- Le e-commerce en forte croissance au T2 (plus de 40%) alors que le total commerce de détail est de -12,9% (source Bq de France) > rebond en juillet !

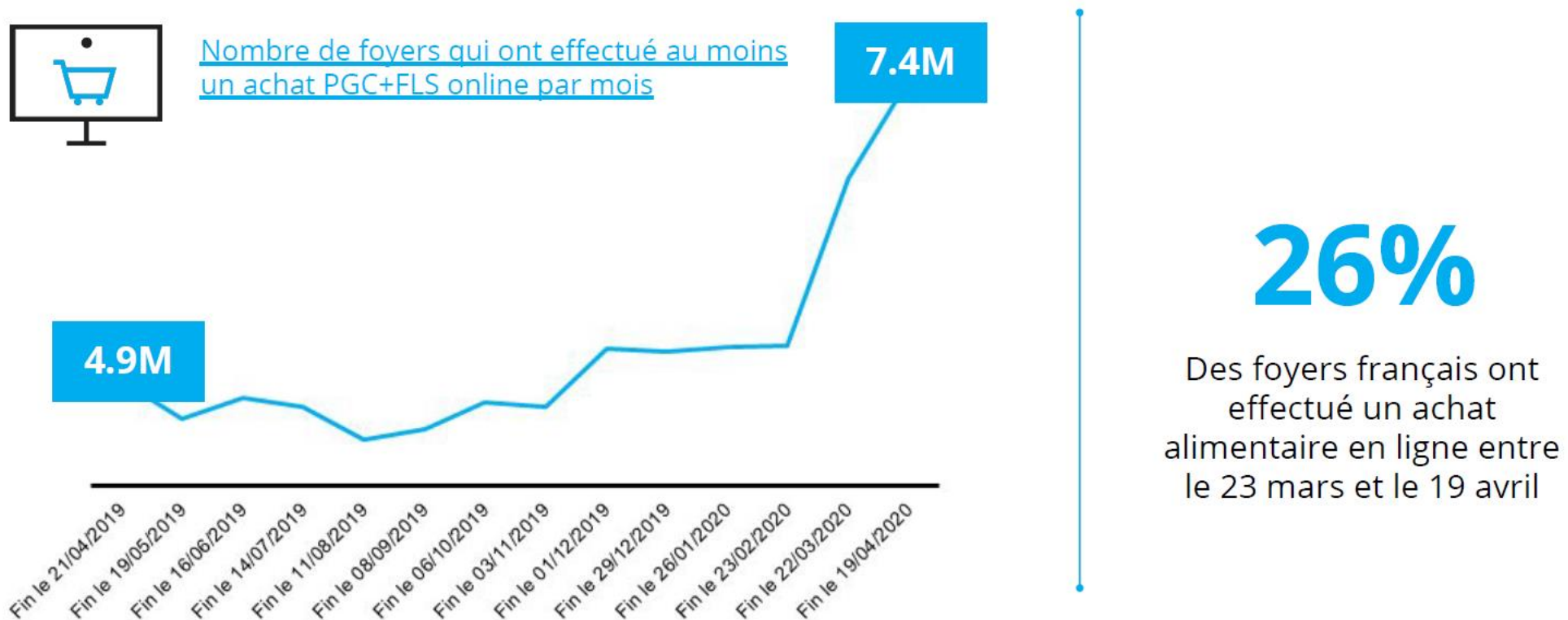
Autres impacts notables

- Les markets places ont permis aux TPE magasins physiques et sites de continuer à dégager un chiffre d'affaires pendant le confinement. Le trend de progression du volume d'affaires réalisé sur les places de marché de l'iPM, plus ralenti sur janv et fév, accélère en mars, soit +5.5% au global 1er trimestre vs +11% sur 12 DM.
- Les Soldes de l'été 2020 ont bien marché notamment sur les produits techniques, produits culturels, meuble/décoration, beauté ... un peu moins sur le textile.
- Les ventes sur mobile progressent moins impactées par la chute des achats de transports, voyages, billetterie ... et par le confinement !
- Le trend du panier moyen (produits et services) se trouve bouleversé au 2ème trimestre, à la fois par la montée des paniers produits en volumes et valeurs, sur le drive alimentaire, l'équipement maison ... et par la chute des paniers services de petits montants, sur le VTC, le cosharing de voiture, les taxis, la location de voiture Le montant moyen d'une transaction grimpe donc sensiblement !

Evolution des comportements d'achat

n

DE NOUVEAUX FOYERS ONT AINSI ACHETÉ EN LIGNE



Source : Nielsen HomeScan au 26 avril 2020

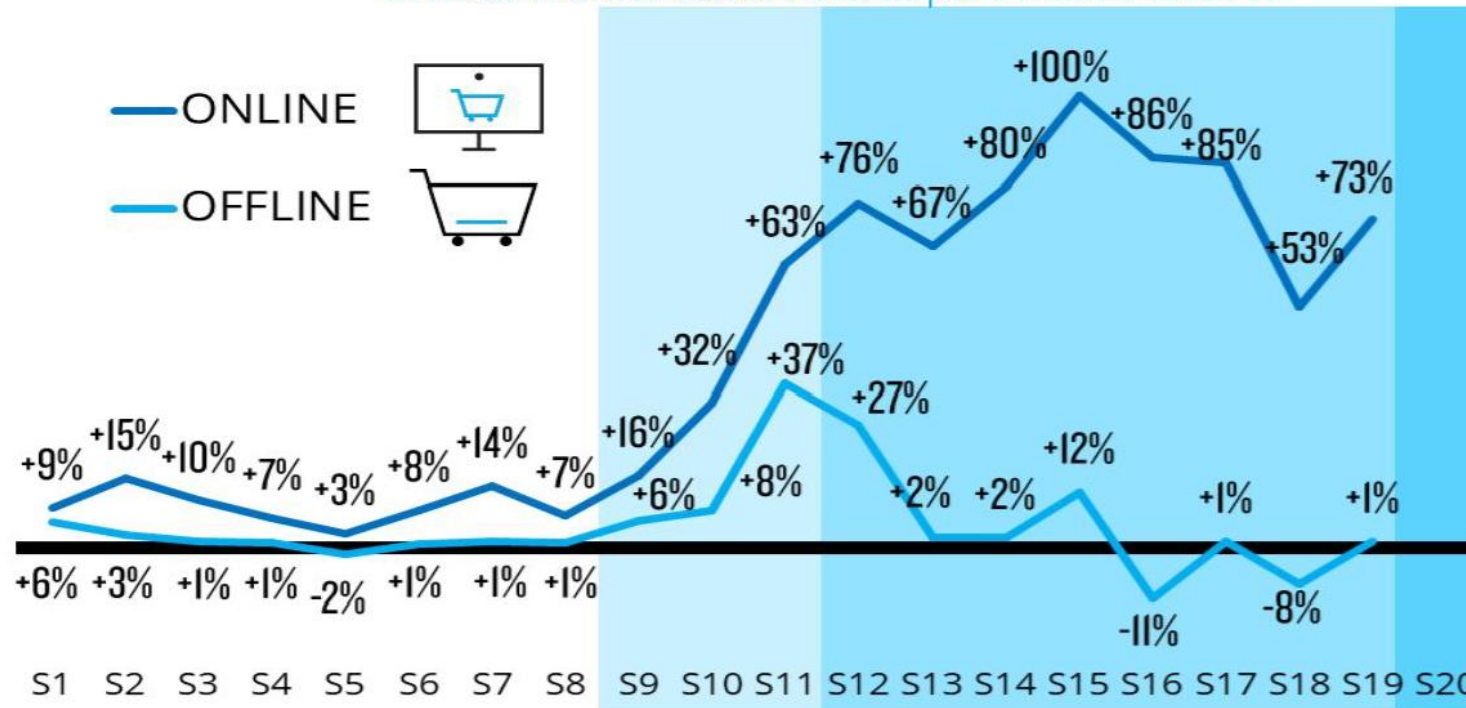
Evolution des comportements d'achat

EN FRANCE LE E-COMMERCE ALIMENTAIRE A PROFITÉ À PLEIN DU CONFINEMENT

n



Evolution ventes valeur PGCFLS par semaine vs. 2019

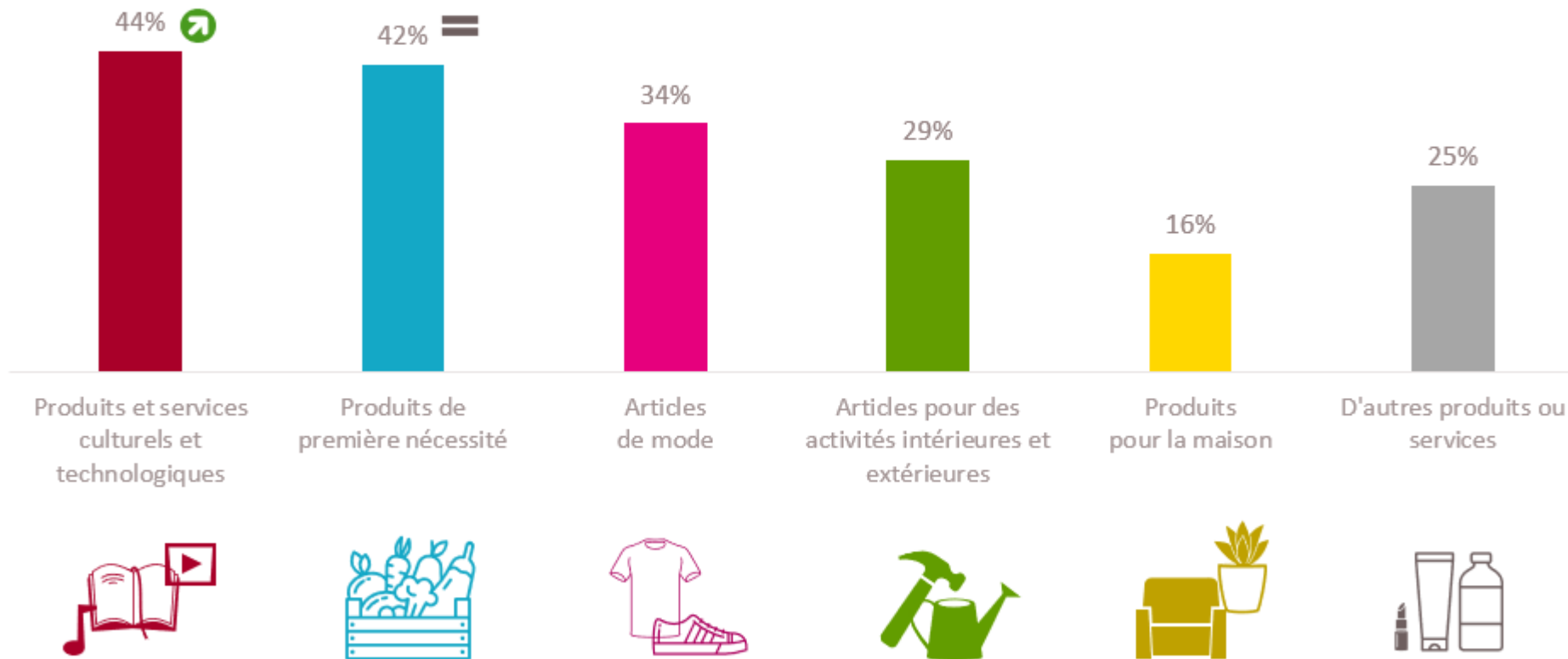


Source : Nielsen ScanTrack. Online : drive et livraison à domicile (dont Amazon, Cdiscount...).
Offline : hypers, supers, proximité et SDMP. Evolution vs. mêmes semaines l'an passé.

Evolution des comportements d'achat

2. Evolution des pratiques entre confinement et déconfinement

Les catégories les plus achetées sur Internet pendant le confinement sont les produits culturels et technologiques ainsi que les produits de 1^{ère} nécessité.



- ▶ Question : Quel(s) type(s) de produit(s) et/ou service(s) avez-vous commandé sur Internet depuis le début du confinement ?
- ▶ Base : Cyberacheteurs 7DJ (interrogés du 14 au 22 mai 2020)

2. Evolution des pratiques entre confinement et déconfinement

- La crise sanitaire va durablement impacter les habitudes des Français : plus d'1/3 des cyberacheteurs vont davantage commander sur Internet.

35%^①

des cyberacheteurs 7DJ pensent que la crise va changer durablement leurs habitudes de consommation en les incitant à commander davantage sur Internet



- ➔ 39% chez les femmes
- ➔ 42% chez les 35-49 ans
- ➔ 41% chez les CSP-

2. Evolution des pratiques entre confinement et déconfinement

- La grande majorité des cyberacheteurs souhaite une généralisation de l'achat en ligne auprès des commerces de proximité.



75% des cyberacheteurs 7DJ pensent que tous **les commerces de proximité devraient proposer la possibilité de commander sur Internet.**

Ils seraient assez partagés quant au mode de livraison privilégié :



Livraison à domicile

60%



Retrait en magasin

40%



Bilan du e-commerce face au COVID-19

- Un secteur sensible au contexte économique, politique et social (grèves, crise sanitaire, moral des ménages, ...)
- Service d'utilité publique : a permis de répondre aux besoins des Français pendant la durée du confinement et contribué à l'efficacité de ce dernier
- Amortisseur économique : a permis de limiter l'impact de la crise pour de nombreuses entreprises (commerce et production) y compris parmi les PME/TPE qui se sont organisées
- Levier de la reprise économique permettant de répondre aux nouveaux comportements de consommation issus de la crise



Le mot de la fin

Loÿs Moulin

Directeur du Développement



Retrouvez cette présentation sur

Cartes-bancaires.com

Ewpn.eu

Merci de votre participation