

## Commission « moyens de paiement »

### Cycle de réflexion 2014

**atelier du 10/04/14**

Le paiement sur Internet à l'heure de l'omnicanal et de la profusion des nouveaux moyens de paiement

**En partenariat avec**

**adyen**



**Alt é ir**  
CONSULTING



- **Eclairer les membres de l'Acsel** sur les nombreuses évolutions en cours dans l'écosystème des paiements,
- **Favoriser** par l'analyse et le partage d'informations la **confiance dans l'économie numérique et les nouveaux moyens de paiement**,
- Proposer collectivement la **vision des acteurs du paiement**, des commerçants et celle des consommateurs,
- Etre un **interlocuteur représentatif** des instances réglementaires, gouvernementales et européennes lors des différentes consultations et études menées sur le sujet

## Actions



- **Publications**
  - Publication du livre « Paiement : effusion, profusion, confusion », présenté à la conférence des Vœux de l'ACSEL le 24 janvier
- **Cycles de conférences / Ateliers thématiques**
  - 15 conférences et atelier au cours des cycles 2012 et 2013
- **Retours sur les consultations des autorités**
- **Mise en relation** des acteurs de l'écosystème

### ❑ **Président, Laurent Nizri, Altéir Consulting**

### ❑ **Comité de pilotage**

- Gilles Marchand (Atos WorldLine)
- Jérôme Sion (Gemalto)
- Katerina Levallois (GIE CB)
- Lois Lesceller (Prosodie)
- Abdallah Hitti (Hi Media)
- Laetitia de Paellegars (Franklin)
- Patrick Flamand (CyberSource)
- Elodie Galatoire (Edenred)

### ❑ **Partenaires financiers**

- **2013 : FLASHIZ, HI PAY, MASTERCARD, OGONE, PAYPAL**
- **2014 : FLASHNPAY, ADYEN, ORANGE, HIPAY, INGENICO**

### ❑ **Orateurs aux conférences et ateliers sur 18 mois (Plus de 66 orateurs)**

**ABE CLEARING**, ACP, **AFEPAME**, AFOC, **ALTEIR CONSULTING**, ARKEA BANKING SERVICES, **ATOS WORLDLINE**, BANQUE DE FRANCE, BANQUE POSTALE, **BNP PARIBAS**, BOURSORAMA, **BUYSTER**, CELLFISH MEDIA, **CENTRAL TELECOM**, CRÉDIT MUTUEL CIC, **DELAMAISON.FR**, DEUTSHE BANK, **EURALIA**, FBF, **FIANET (KWIXO)**, FLASHIZ, GEMALTO, **GIE CB**, HIMEDIA, **INGENICO**, KIIPS, **LEETCHI**, LEMONWAY, **LIMONETIK**, LYDIA, MAGELLAN, **MASTERCARD**, MERCATEL, MONEO, **NEOSURF**, OGONE, **ORANGE**, PAYBOX, **PAYPAL**, PAYSSAFECARD, **PCS MASTERCARD**, PMU, **PROWEBCE**, SCACCHI & ASSOCIÉS, **SLIMPAY**, STET, **TICKET SURF INTERNATIONAL**, UFC QUE CHOISIR, **VISA**, WEXPAY, **WRAGGE & CO...**



Commission moyens de paiement

# **BILAN 2013 ET PROGRAMME 2014**



## ❑ Bilan 2013

- 4 ateliers en amphithéâtre avec petit déjeuner et cocktail networking
  - ✓ 26/06 : les wallets
  - ✓ 17/10 : le paiement mobile
  - ✓ 19/12 : l'environnement réglementaire en 2013
  - ✓ 12 février 2014 : les données de paiement en partenariat avec la commission identités numériques
- Partenaires financiers
  - ✓ 2013 : FLASHIZ, HI PAY, MASTERCARD, OGONE, PAYPAL €

- ☐ Cycle de conférence, ouverts aux adhérents et aux nouveaux prospects
- ☐ Petits déjeuners thématiques réservés aux adhérents
- ☐ Newsletter paiement sur le site de l'Acel
- ☐ Networking autour du paiement

## ❑ Cycle conférence similaire à 2013

- Format
  - ✓ Amphi ou salle d'un membre
  - ✓ Cible 100 à 150 participants
  - ✓ Matinée complète
  - ✓ Présentations & tables rondes
  - ✓ 8 à 12 intervenants
- Thèmes pressentis
  - ✓ Paiement sur internet (avril)
  - ✓ Paiement mobile dans le cloud (juin)
  - ✓ Paiement mobile sans contact Vs plan national sur le sujet (septembre)
  - ✓ Dématérialisation des titres spéciaux (novembre)
  - ✓ Micro paiement (décembre)
- Fréquence : 4 à 5 dans l'année
- Premier atelier : 10 avril (paiement sur internet)

## ❑ Petits déjeuners

- Format
  - ✓ Petite salle pouvant accueillir 15 personnes
  - ✓ Un invité orateur de marque, au cœur de l'actualité
  - ✓ Pas de support, discussions et échanges avec les participants animé par un membre du copil
- Thèmes
  - ✓ Décidés au fil de l'eau en fonction de l'actualité
- Fréquence :
  - ✓ 3 à 5 dans l'année, en alternance avec les conférences

## ❑ Adhérer à l'Acsel !

- Contact acsel : [info@acsel.asso.fr](mailto:info@acsel.asso.fr)

## ❑ Des idées de thème, des études à partager, devenir sponsor : me contacter

- Laurent Nizri, directeur associé du cabinet Altéir Consulting
- [l.nizri@alteir-consulting.com](mailto:l.nizri@alteir-consulting.com)
- 06.10.02.76.04



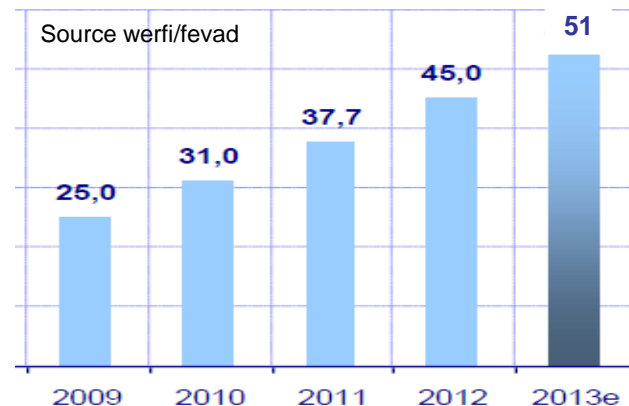
Horaire indicatif		Thème	Intervenants	
8h45	- 9h00	Introduction + L'actualité des paiements et de nos membres	Altéir Consulting	Laurent Nizri
9h00	- 9h20	Omnicanal : une réalité concrète	Worldline	Grégoire Sénéclause
9h20	- 9h40	Développement d'activité à l'international , difficultés et solutions	Adyen	François Hélard
9h40	- 10h40	Table ronde nouveaux métiers de l'acceptation sur internet	Ogone, BNP, B2bill, Delamaison.fr, Limonetik	Simon Pierre de la Seiglière, Sandrine Giroux, Erwan Bruyelle, Philippe Bruand, Christophe Bourbier
10h40	- 11h00	<i>Pause</i>		
11h00	- 11h15	Evolutions environnement réglementaire du Paiement sur internet	Cabinet d'avocats Franklin	Laetita de Pellegars
11h15	- 12h15	Table ronde Fraude	Banque de France, Cnil, Certissim, Priceminister, Hipay	Alexandre Stervinou, Alexandre Arcouteil, Olivier Desbiey, Steven Harel, emmanuel Chaumeau
12h15	- 12h30	Paylib : 6mois après le lancement, premiers retours	Paylib	Sandrine Giroux
12h30	- 12h40	Startup pitch	Limpid market	Sébastien Rossé
12h40	- 13h00	Echanges salle + conclusion	Altéir Consulting	Laurent Nizri
13h00	14h00	Cocktail networking		





51,1 Mds €

- Le chiffre d'affaires du e-commerce en France en 2013 (+13,5% vs2012)



Le particulier  
Le Commerçant

26 %

- Le pourcentage de français qui ne commandent pas à distance (pour 1/3 par crainte de communiquer leurs données cartes- source Baromètre ACSEL-CDC 2013 )

21 %

- Le pourcentage d'acheteurs en ligne qui règlent leurs achats par un moyen de paiement autre que la carte bancaire (chèques, coupons)

0.305 %

- Le taux de fraude de la vente à distance (2013, en France) – 15 fois le taux de fraude de la vente de proximité.

**Le e-commerce en forte croissance mais encore des clients réticents à payer en ligne**

6,7 M

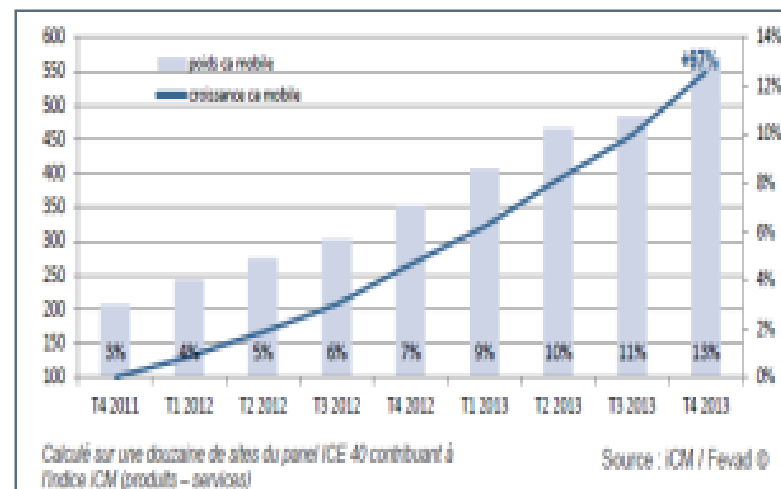
- Le nombre de français qui ont déjà acheté à partir de leur mobile en 2013 (+56% vs 2012)\*

31,6 M

- Le nombre de smartphones en France en 2013 (+31% vs 2012)\*

2 Md €

- Le chiffre d'affaires m-commerce en France en 2013 (+100% vs 2012)\*



**Le m-commerce en plein essor mais un process de paiement à simplifier et à sécuriser**

- ❑ **PSP, banquiers et spécialiste de la fraude :**
  - BNP, Be2Bill, Adyen, Worldine, Ogone, Limonetik, Hi-Pay, Certissim
- ❑ **eMarchands: delamaison.fr, Price Minister**
- ❑ **Régulateurs : Banque de France & la CNIL**
- ❑ **Avocate : Franklin**
- ❑ **Consultant : Altéir Consulting**
- ❑ **Startup : Limpid Market**

## Dans la salle

1WEB4	DESIGN2COM SAS	KALIDEA	PRICE MINISTER - Rakuten
ACI Worldwide	DICTAO	KPMG	PROSODIE
AD'JUST	DIGITAL VIRGO - JET MULTIMEDIA	LA BANQUE POSTALE	QUICKSIGN
ADN'co	DOCAPOST	LA POSTE-DIDES	RENTABILIWEB EUROPE
ADYEN	Eazy+group	LCL	S&P
ALLIANZ	ED & ASSOCIES	LORENTZ, DESCHAMPS & ASSOCIES	SAB2i
ALTEIR CONSULTING	EDENRED Corporate	LE GROUPE LA POSTE	SAFICARD
ARDIAN	ELITT	LEROY-MERLIN	SAKARAH - TESSI
AWINSI	EY	LIMONETIK	SAVOIR FAIRE & Cie
AXIATEL	FDI	LIMPID MARKET	SENTENIAL
B2BILL - RENTABILIWEB	FINANCE INNOVATION	LYRA NETWORK	SI CONSEIL
BANQUE DE FRANCE	FIVORY	MAGELLAN	SNCF
BIMEDIA	FLASHiZ	MONEO PAYMENT SOLUTIONS	SOCIETE GENERALE
BNP PARIBAS	FLASH'N PAY	MONEXT	TemptingPlaces
BPCE	FNTC	MORPHO	TONEO FIRST (Central Telecom)
BUYSTER	FORTUNEO- CREDIT MUTUEL ARKEA	NATIXIS FINANCEMENT	TOTAL M&S
CABINET FRANKLIN	GALERIES LAFAYETTE	NATIXIS PAIEMENT	TUNZ
CALIS CONSEIL	GEMALTO	NATURAL SECURITY	UK TRADE & INVESTMENT
CA-PAIEMENT	GIBMEDIA	NCR FRANCE	VIACCESS
CELLFISH EUROPE	GM CONSULTANTS & ASSOCIES	NETCONSTAT	VISA EUROPE France
CERTISSIM / FIA-NET	GROUPE CHEQUE DEJEUNER	OCBF	VSC / VOYAGES-SNCF
CHOURADVISER	GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES	OGONE	WEAVE
CNIL	HDC	ORANGE	WELCOME REAL-TIME
COFIDIS	HEOH	PAYBOX SERVICES	w-HA
COFISEM	HEXALIFE	PAYLINE BY MONEXT	WORLDLINE
COLOMBUS	HIPAY	PAYPAL France	XAnge
CREDIT AGRICOLE SA	ILOVEVELVET	PAYPLUG	
CREDIT MUTUEL ARKEA	ING DIRECT	PLEBICOM	
CREDIT MUTUEL - CIC	INGENICO	POINT / PAYBOX SERVICES	
CYBERSOURCE	INTERMEDIA	PREEZM	
DELAMAISON.FR	ISIPAY Conseil	PRETA SAS / MyBank	

Horaire indicatif		Thème	Intervenants	
8h45	- 9h00	Introduction + L'actualité des paiements et de nos membres	Altéir Consulting	Laurent Nizri
9h00	- 9h20	Omnicanal : une réalité concrète	Worldline	Grégoire Sénéclause
9h20	- 9h40	Développement d'activité à l'international , difficultés et solutions	Adyen	François Hélard
9h40	- 10h40	Table ronde nouveaux métiers de l'acceptation sur internet	Ogone, BNP, B2bill, Delamaison.fr, Limonetik	Simon Pierre de la Seiglière, Sandrine Giroux, Erwan Bruyelle, Philippe Bruand, Christophe Bourbier
10h40	- 11h00	<i>Pause</i>		
11h00	- 11h15	Evolutions environnement réglementaire du Paiement sur internet	Cabinet d'avocats Franklin	Laetita de Pellegars
11h15	- 12h15	Table ronde Fraude	Banque de France, Cnil, Certissim, Priceminister, Hipay	Alexandre Stervinou, Alexandre Arcouteil, Olivier Desbiey, Steven Harel, emmanuel Chaumeau
12h15	- 12h30	Paylib : 6mois après le lancement, premiers retours	Paylib	Sandrine Giroux
12h30	- 12h40	Startup pitch	Limpid market	Sébastien Rossé
12h40	- 13h00	Echanges salle + conclusion	Altéir Consulting	Laurent Nizri
13h00	14h00	Cocktail networking		

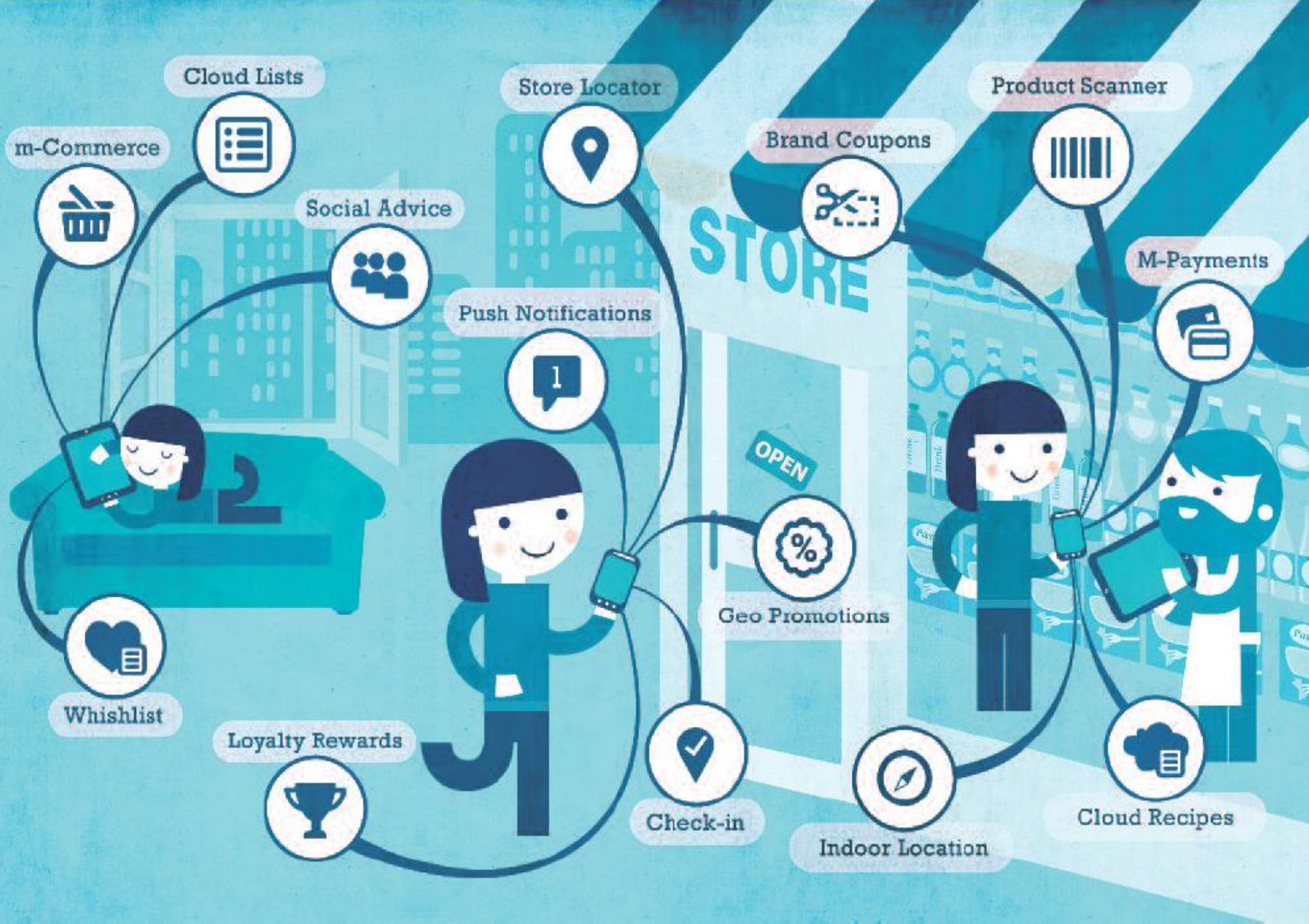
**adyen**





Omni channel







# Some Omnichannel challenges

1

Reconciliate online and in-store activity



*Loyalty card ?  
Mobile payment ? (flash'n pay...)  
Payment card / wallet ?  
Ble / beacon*

2

One-click payment



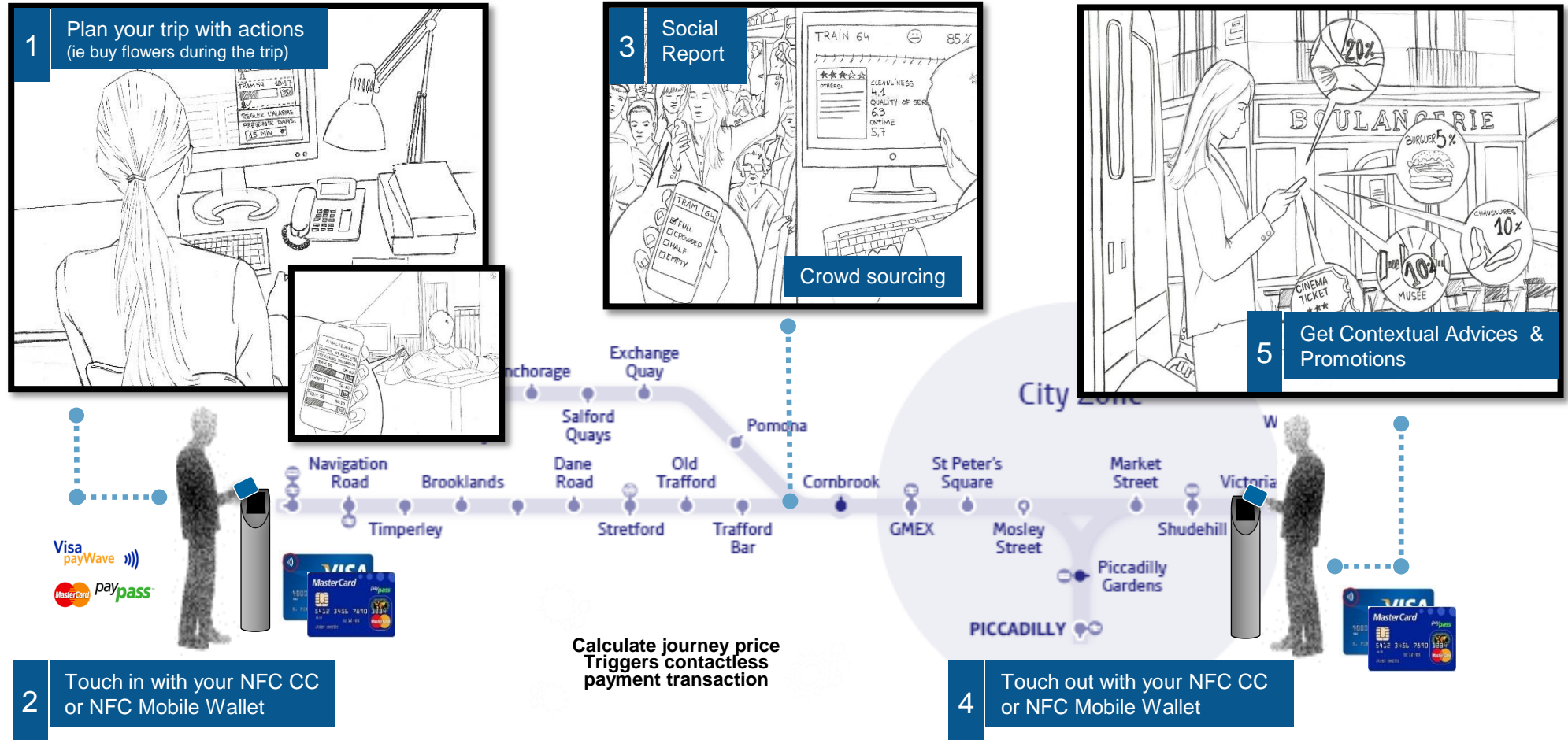
*Merchant authentication, and  
Payment authentication...*



online – in  
store  
reconciliation

# Advanced e-Ticketing

## NFC payment Card becomes transport ticket



# Re-Inventing mobile subscription

*free*

ACCUEIL

TÉLÉPHONES

FREEBOX

ESPACE ABONNÉ

CONTACT

ASSISTANCE



*Kiosk with  
payment terminal*

**0€**/mois

2H (0,05€/mn au-delà) + SMS/MMS illimités  
Internet 3G/4G : 50 Mo (0,05€/Mo au-delà)  
Appels vers 100 destinations fixes inclus dans les 2H

**2€**/mois  
(Non Abonné Freebox)

**JE M'INSCRIS**

[Le forfait \*\*sans engagement\*\* en détail](#)

**15€<sup>99</sup>**/mois


Appels/SMS/MMS illimités  
Internet 3G : 3Go / 3G + 4G : 20Go (Débit réduit au-delà)  
Appels vers 100 destinations fixes inclus

**19€<sup>99</sup>**/mois  
(Non Abonné Freebox)

**JE M'INSCRIS**


[Le forfait \*\*sans engagement\*\* en détail](#)

**NOUVEAU**



**15€<sup>99</sup>**/mois  
Abonné Freebox  
Non Abonné Freebox 19.99€/mois

+



**12€**/mois sur 24 mois en location <sup>(1)</sup>  
(+ paiement initial de 99€)

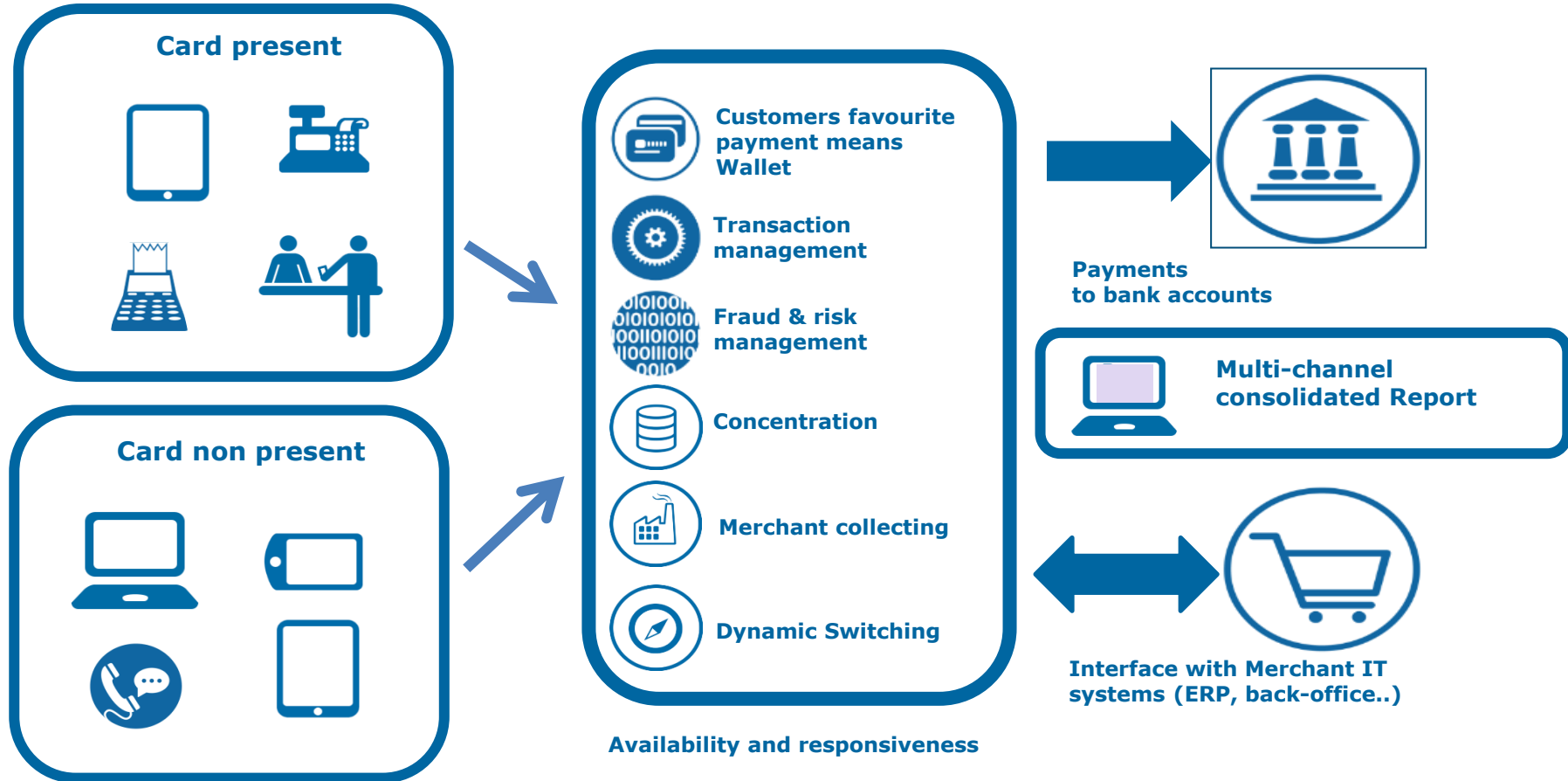
=

**27€<sup>99</sup>**/mois  
(Non abonné Freebox 31.99€/mois)

Appels/SMS/MMS **illimités**  
Internet 3G : **3Go** / 3G + 4G : **20Go**  
Appels vers 100 destinations fixes inclus

First card payment is used for monthly  
subscription (wallet)

# Online – instore reconciliation





One-click  
payment

**worldline**  
e-payment services

# One click is about authentication

---



**In order to avoid double authentication...**

## 2 scenario for one-click authentication



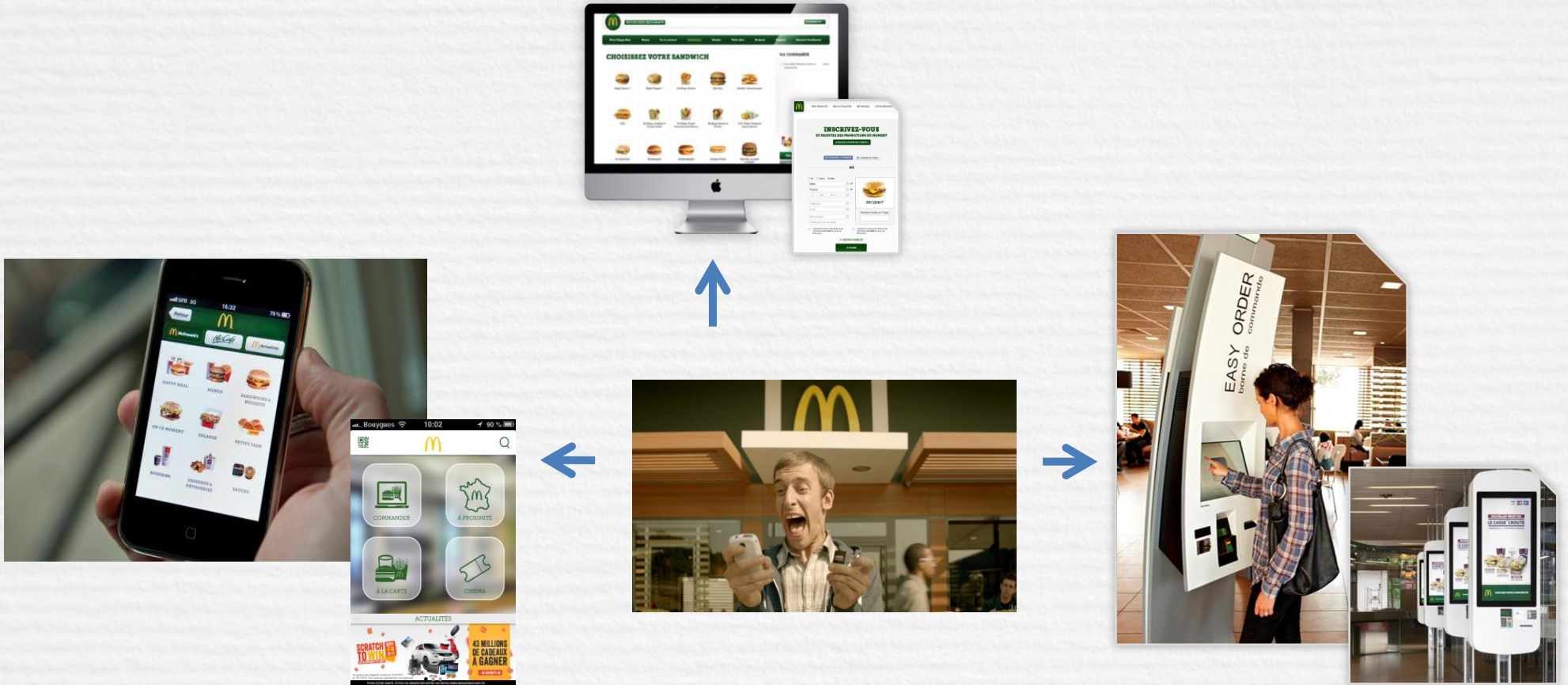
- ▶ Merchant manages authentication  
And store card number via a 'merchant wallet'
- ▶ But requires to mitigate the risk vs customer experience



- ▶ Merchant rely on 3rd party authentication
  - For his service AND for payment
  - Pay with Amazon, Facebook ?, Paylib ? Sixdot ? V.me ?
- ▶ No reality today



## Multiscreen experience



Seamless experience from one screen to another one, same look & feel.  
Using the maximum capabilities of each device.



Questions ?

# AGENDA

Horaire indicatif		Thème	Intervenants	
8h45	- 9h00	Introduction + L'actualité des paiements et de nos membres	Altéir Consulting	Laurent Nizri
9h00	- 9h20	Omnicanal : une réalité concrète	Worldline	Grégoire Sénéclause
9h20	- 9h40	Développement d'activité à l'international , difficultés et solutions	Adyen	François Hélard
9h40	- 10h40	Table ronde nouveaux métiers de l'acceptation sur internet	Ogone, BNP, B2bill, Delamaison.fr, Limonetik	Simon Pierre de la Seiglière, Sandrine Giroux, Erwan Bruyelle, Philippe Bruand, Christophe Bourbier
10h40	- 11h00	<i>Pause</i>		
11h00	- 11h15	Evolutions environnement réglementaire du Paiement sur internet	Cabinet d'avocats Franklin	Laetita de Pellegars
11h15	- 12h15	Table ronde Fraude	Banque de France, Cnil, Certissim, Priceminister, Hipay	Alexandre Stervinou, Alexandre Arcouteil, Olivier Desbiey, Steven Harel, emmanuel Chaumeau
12h15	- 12h30	Paylib : 6mois après le lancement, premiers retours	Paylib	Sandrine Giroux
12h30	- 12h40	Startup pitch	Limpid market	Sébastien Rossé
12h40	- 13h00	Echanges salle + conclusion	Altéir Consulting	Laurent Nizri
13h00	14h00	Cocktail networking		

adyen



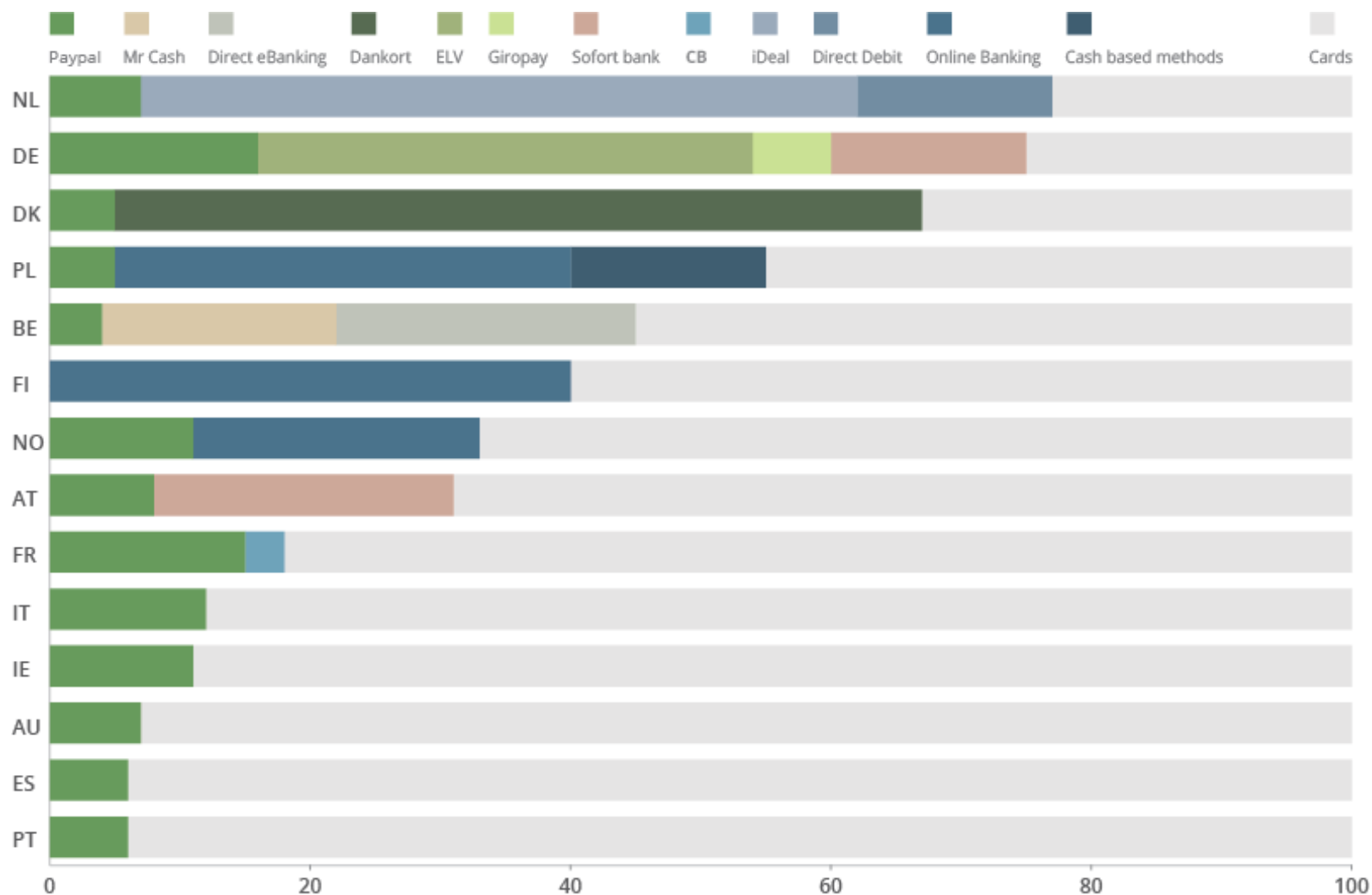


A view of Earth from space, showing the Americas and parts of Europe and Africa. A bright light source on the left creates a lens flare effect. A red ring is visible around the globe.

Payments made easy

for International expansion

# How Realistic is it to Only Accept Card Payments?



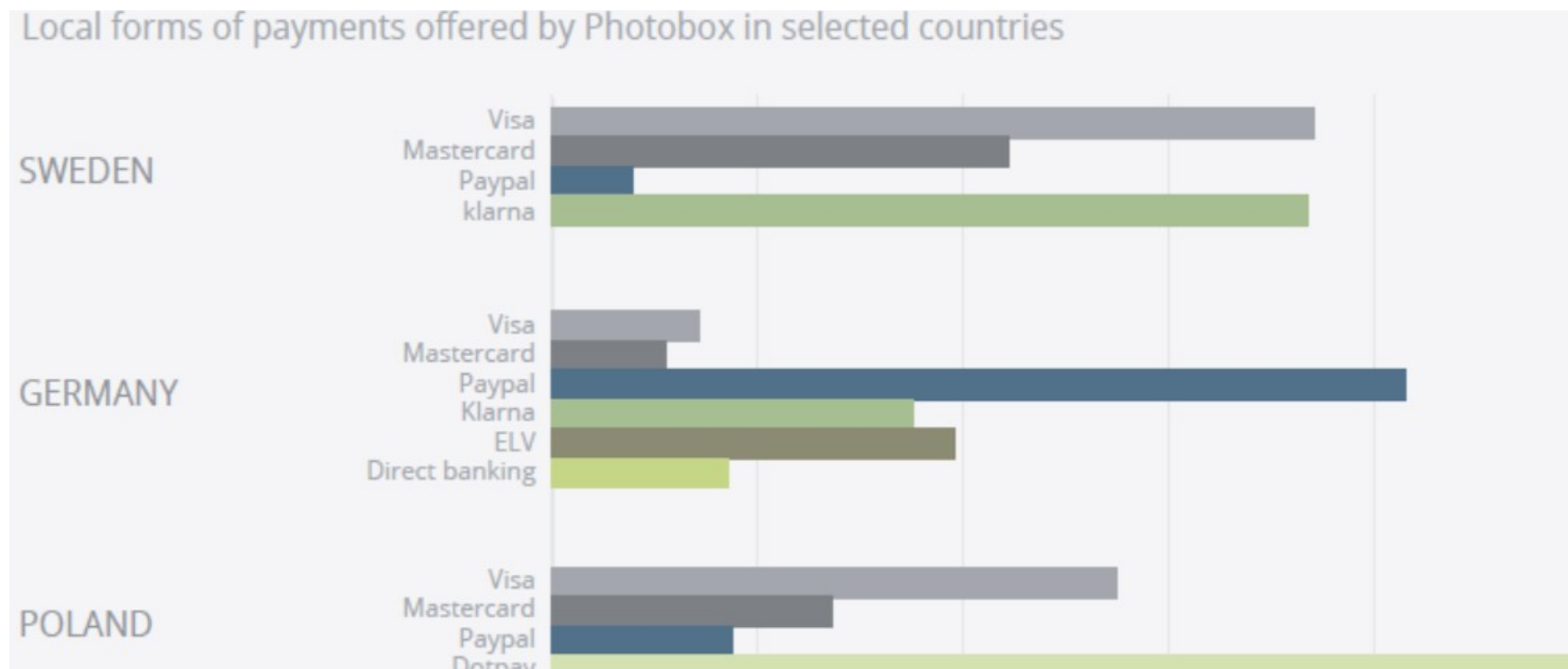
# Global Coverage Payment Methods

Over 250 international payment methods





# Best practice: Unlocking demand with local forms of payment



**Clément Salvaire, Deputy Managing Director in charge of International Development, Photobox**

*“With the Adyen platform, we have significantly improved our payment funnel. We achieved a conversion improvement of 8% in average across Europe. Two main reasons for this are (a) that we now offer all the local payment methods in our 20 markets, and (b) that we have removed 2 pages from the checkout process.”*



# Case: Global Expansion for Groupon

## Background

Adyen processes all non-US payment for Groupon

## Situation

From 2009-2012, Groupon launches domestic sites in over 35 countries including India, Colombia, South Africa, Mexico, Philippines, Malaysia, Thailand, Israel, Turkey and Hong Kong

## Adyen approach

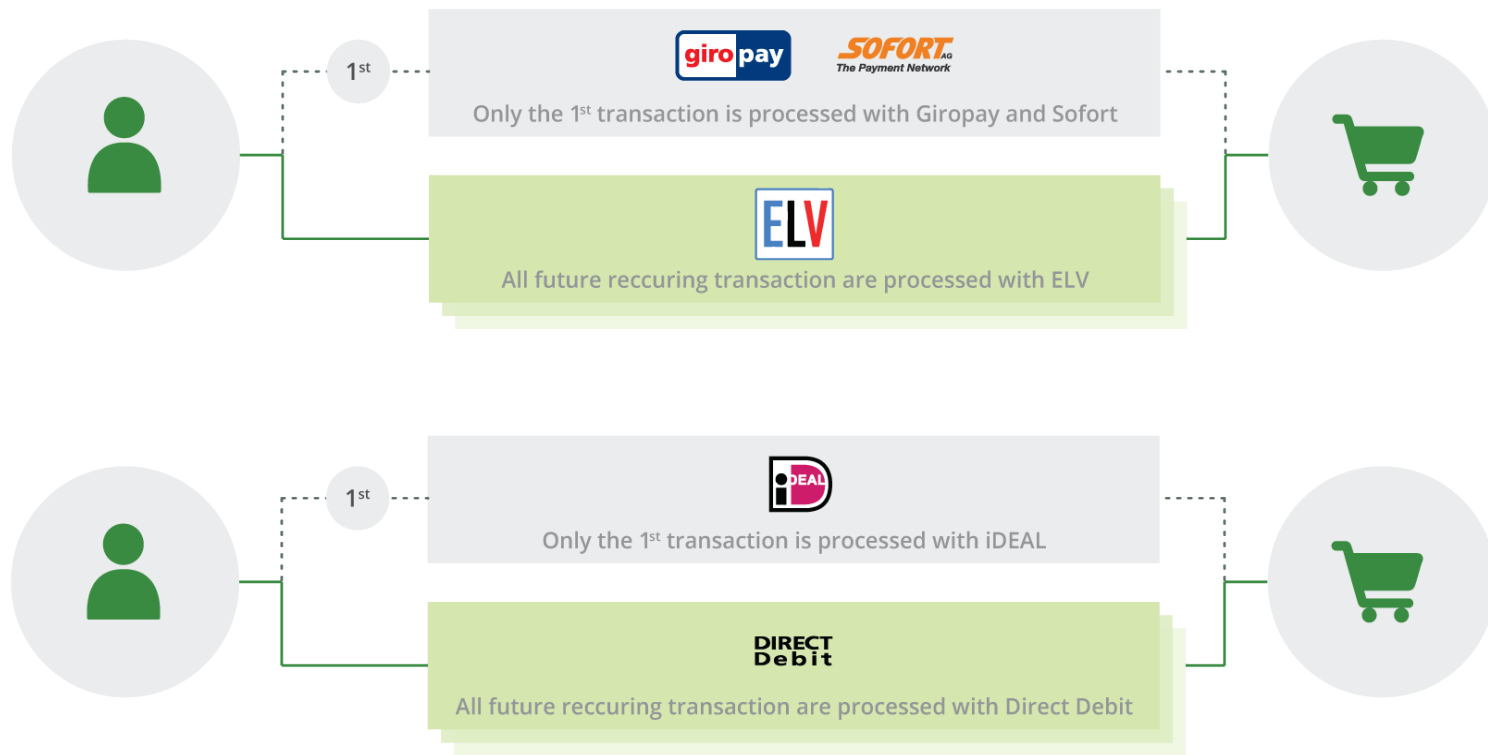
Adding over 50 payment methods and domestic card acquiring solutions in 18 months

## Results

Successful launches in all countries in Groupon's roll-out, supporting the most effective local payments mix



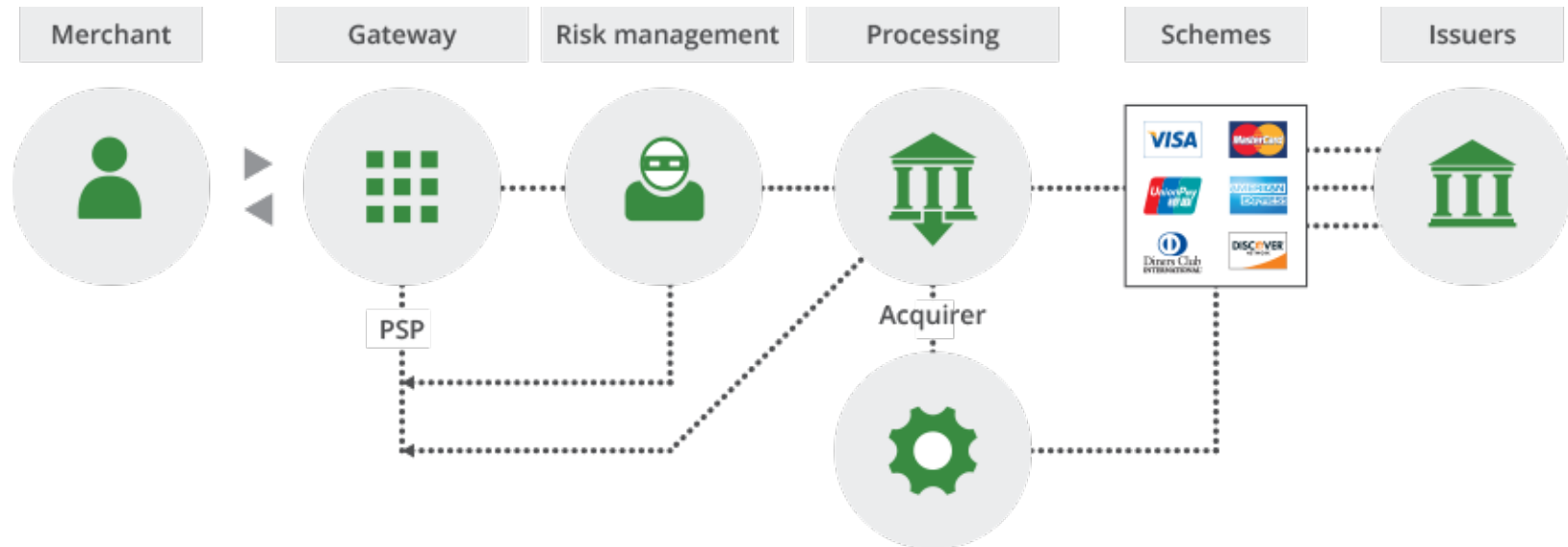
# Best practice: Innovative use of local forms of payment



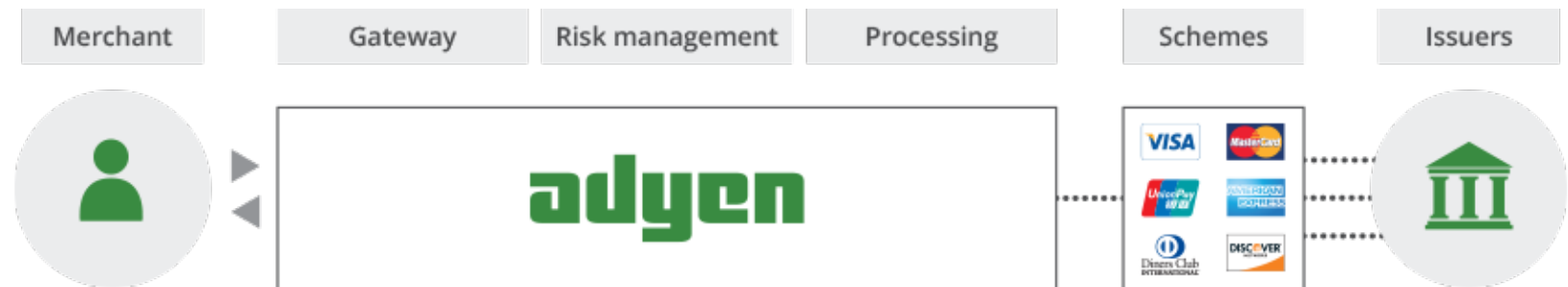
Example use of direct debit

# Optimizing the Value Chain

## Traditional value chain



## Adyen card acquiring

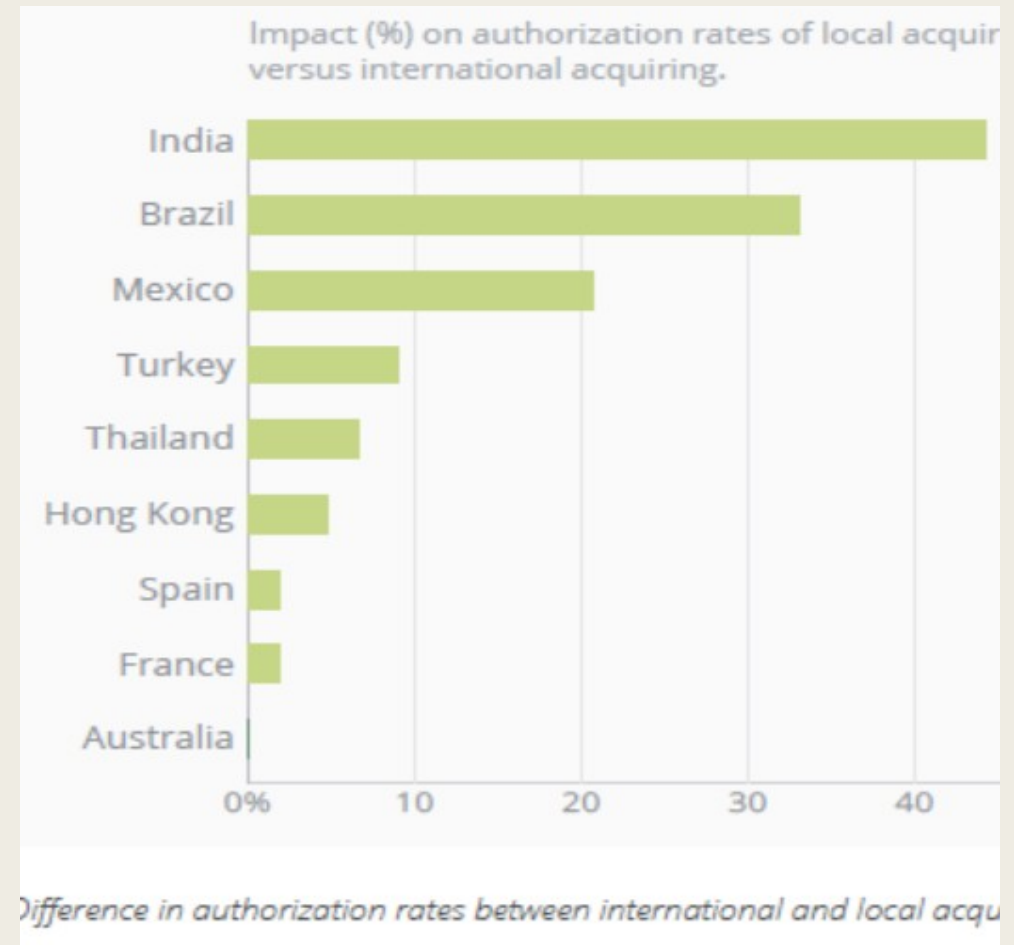


# Best practice: Country-specific acquiring strategy

Online merchants have two main options for card “acquiring”:

- to utilize **local acquiring**  
(i.e. whereby their acquirer uses a local BIN / acquiring license)
- or to utilize international acquiring

In some countries, a local acquiring approach helps achieve a **higher authorization rate** (and therefore a higher conversion rate)



Verified by  
**VISA**

**MasterCard**  
SecureCode™

AMERICAN EXPRESS  
SafeKey

Diners Club  
INTERNATIONAL  
ProtectBuy

**JCB**  
J/Secure

# Best practice: Leveraging payments data insights

Gaining a good understanding of data is an effective revenue driver

## Example 1:

Higher decline rates in Spain and the UK on recurring (subscription) payments.

Adyen discussions with the issuing banks has led to authorization rates of + 3% in Spain and +1% in the UK.

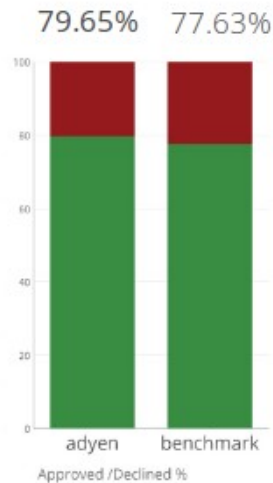
## Example 2:

Identification of Merchant Category Code that leads to the best authorizations rates for new business models

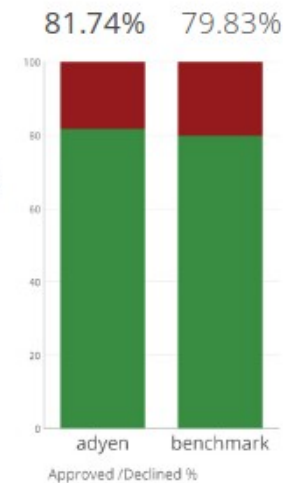


# Adyen card acquiring is outperforming benchmarks more and more

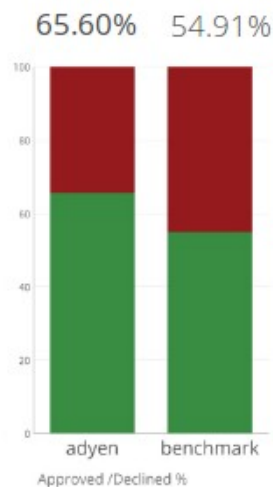
Travel Agencies &  
Tour Operator  
High ATV



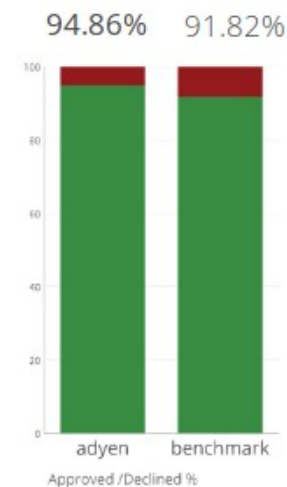
Video Games  
industry



Dating  
industry



Printing  
industry





	Before Spanish (domestic) acquiring	After Spanish (domestic) acquiring
Authorisations	7,745	19,708
Refusals	3,007	5,100
Total	10,752	24,808
<b>Refusal rate</b>	<b>28.0%</b>	<b>20.5%</b>

## Case: Multi-Acquirer Routing in Spain

### Background

Adyen processes global payments for eDarling since 2008

### Situation

Perceived high refusal rates in Spain

### Adyen approach

A/B testing domestic Spanish Acquiring

### Results

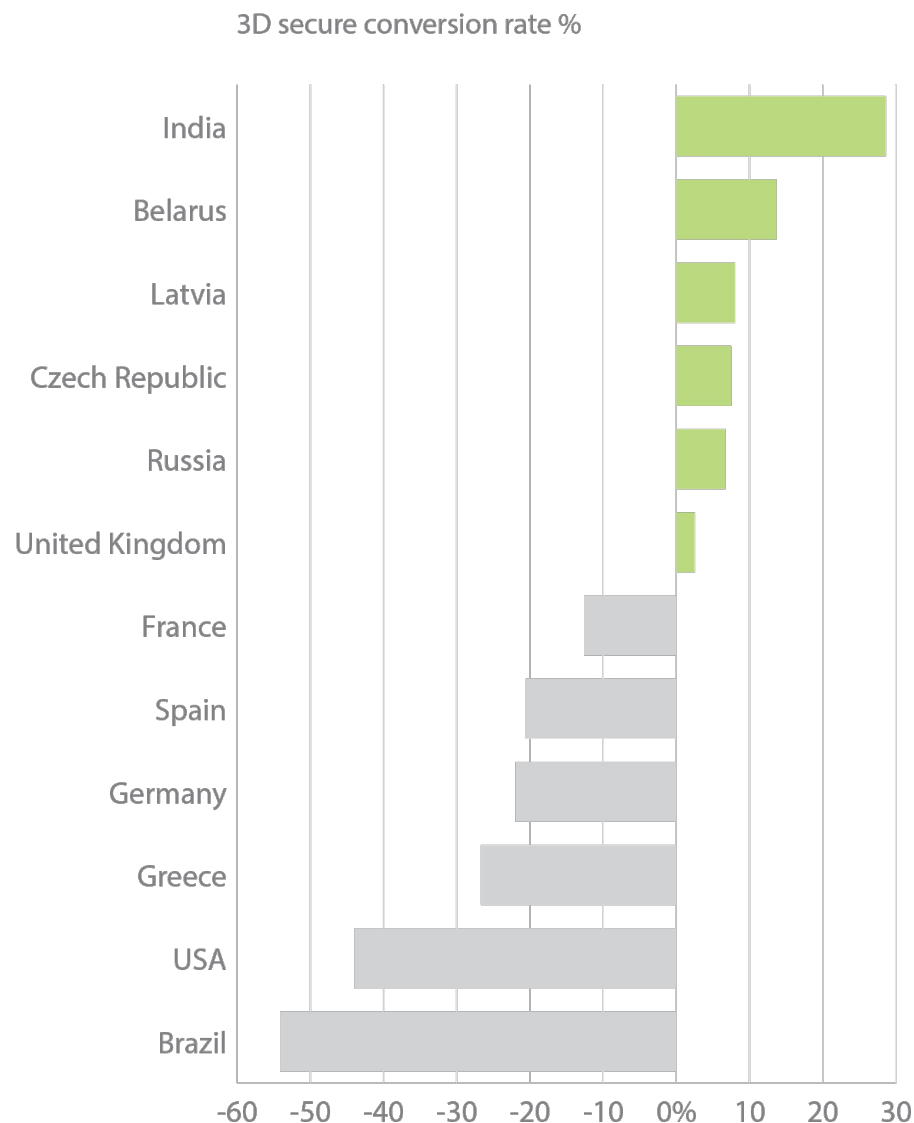
Reduction of refusal rate from 28% to 20.5%

# Best practice: Dynamic use of 3D Secure



Best practice: selective usage of 3D  
Secure at the transaction level

Risk Level  
Transaction Amount  
Customer Type  
Country  
Issuer BIN



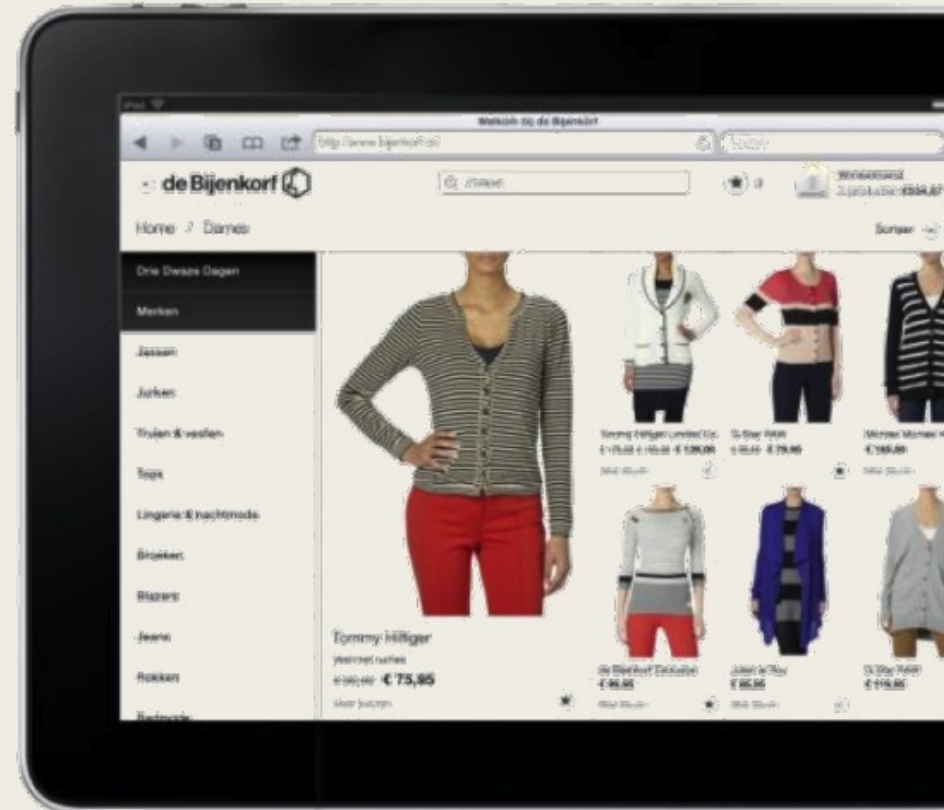


Integrated Retailing:

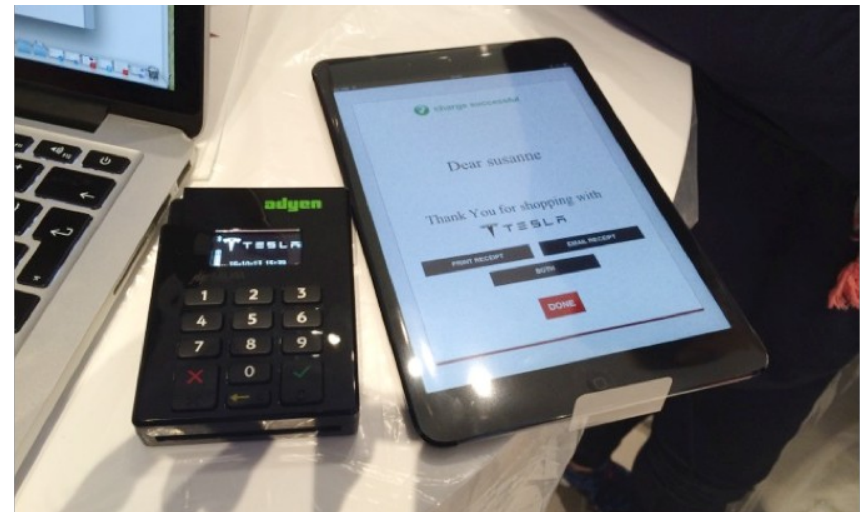
Dutch Bijenkorf (part of Selfridges) uses Adyen online and at the point of sale.

Adyen mPOS solution Shuttle is used for queue busting and tablet-based in-store sales.

The store's gift cards are accepted online and in the physical stores.







## Case: Mobile POS Tesla World-Wide

### Background

Tesla is opening local sales operations around the world, selling cars and accessories

### Situation

Tesla needs a flexible tablet-based POS solution, accepting cards in Europe and the US

### Adyen approach

Adyen, with its partner Fiverun, has delivered a fully integrated tablet POS application running on an iPad using Adyen's Shuttle device

### Results

Live POS solution all over Europe and in large US cities, rolled out in weeks

# About Adyen

Leading payment technology provider

\$14 billion processed payment transactions in 2013

Global offices (HQ in Amsterdam)



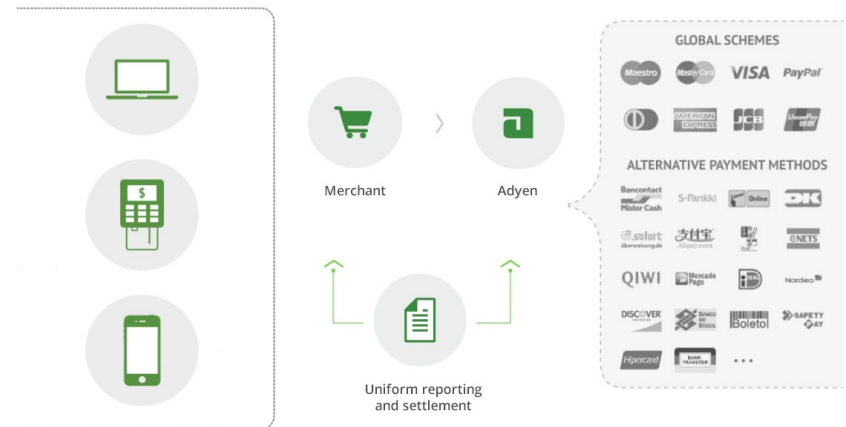
180+ global employees

All countries, all currencies

All technology developed in-house

One platform, all channels

Acquiring licenses for all major card schemes



# Information

ADYEN

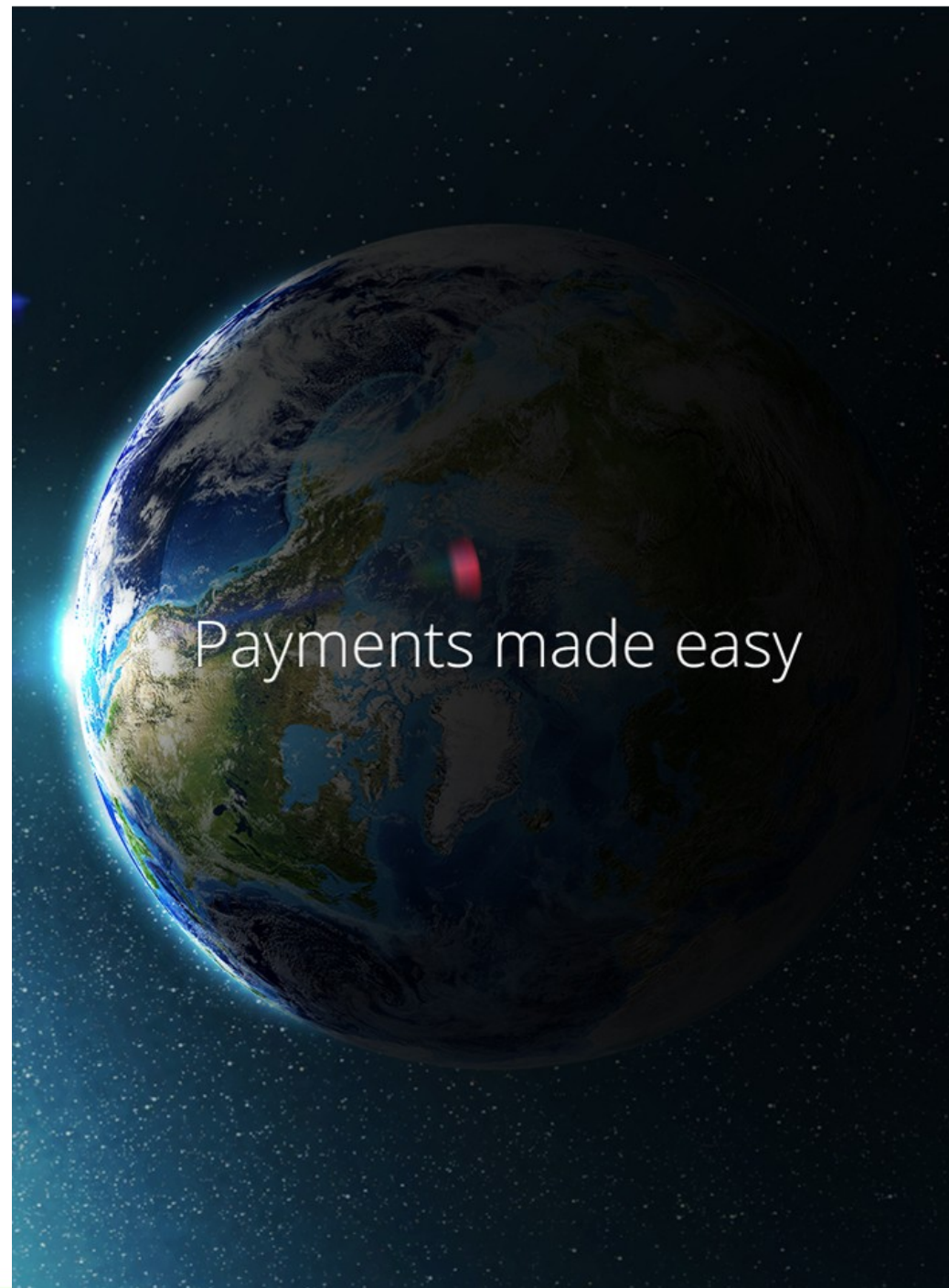
francois.helard@adyen.com

Tél: 01 73 77 56 60

[www.adyen.com](http://www.adyen.com)

59, rue des Petits Champs

75001 Paris



# AGENDA

Horaire indicatif		Thème	Intervenants	
8h45	- 9h00	Introduction + L'actualité des paiements et de nos membres	Altéir Consulting	Laurent Nizri
9h00	- 9h20	Omnicanal : une réalité concrète	Worldline	Grégoire Sénéclause
9h20	- 9h40	Développement d'activité à l'international , difficultés et solutions	Adyen	François Hélard
9h40	- 10h40	Table ronde nouveaux métiers de l'acceptation sur internet	Ogone, BNP, B2bill, Delamaison.fr, Limonetik	Simon Pierre de la Seiglière, Sandrine Giroux, Erwan Bruyelle, Philippe Bruand, Christophe Bourbier
10h40	- 11h00	<i>Pause</i>		
11h00	- 11h15	Evolutions environnement réglementaire du Paiement sur internet	Cabinet d'avocats Franklin	Laetita de Pellegars
11h15	- 12h15	Table ronde Fraude	Banque de France, Cnil, Certissim, Priceminister, Hipay	Alexandre Stervinou, Alexandre Arcouteil, Olivier Desbiey, Steven Harel, emmanuel Chaumeau
12h15	- 12h30	Paylib : 6mois après le lancement, premiers retours	Paylib	Sandrine Giroux
12h30	- 12h40	Startup pitch	Limpid market	Sébastien Rossé
12h40	- 13h00	Echanges salle + conclusion	Altéir Consulting	Laurent Nizri
13h00	14h00	Cocktail networking		

adyen



- ❑ **Ogone : Simon Pierre de la Seiglière**
- ❑ **Limonetik : Christophe Bourbier**
- ❑ **B2bill : Erwan Bruyelle**
- ❑ **BNP : Sandrine Giroux**
- ❑ **Delamaison.fr : Philippe Bruand**
  
- ❑ ***Animation : Laurent Nizri, Altéir Consulting***



Avril 2014

---

Sandrine Giroux, Paiements Innovants, **BNP Paribas**

 LA NOUVELLE FAÇON DE PAYER PAR





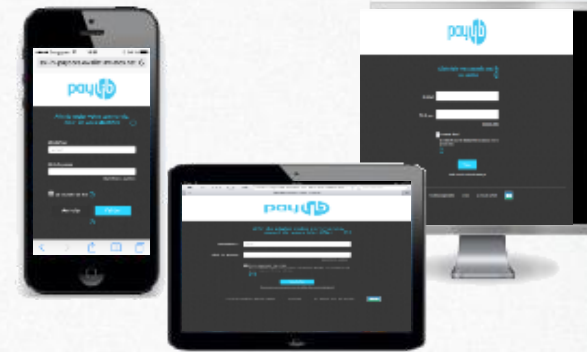
# Les principales caractéristiques de Paylib

- **Le portefeuille numérique des banques pour leurs porteurs**
- **Une cinématique simple et fluide pour tous les parcours d'achats en e et m-commerce:** site internet, site mobile et applications (paiement in-App)
- **Une garantie du marchand (\*)**
  - **systématique**
  - **sans 3 DS**
  - **décidée et appliquée par les banques Paylib**
- **200 000 utilisateurs Paylib peuvent déjà payer chez des centaines de commerçants en France**

# Paylib en un coup d'œil

## Qu'est-ce que Paylib ?

- Paylib facilite les paiements par **ordinateur, tablette ou mobile**
- Paylib repose sur un paiement **carte** fluidifié et dont la sécurité est encore renforcée
- Paylib assure la **confidentialité** : les données cartes ne sont jamais saisies



## Pour qui ?

- Tout marchand ayant un fournisseur de pages de paiement partenaire de Paylib
- Les 23 millions de clients particuliers des 3 banques

## Quand ?

- Depuis le 24 septembre 2013



# Paylib : simplicité et sécurité

## Simplicité

### Parcours d'achat simplifié

- Pas de saisie des coordonnées de la carte, ni à l'adhésion, ni lors d'un paiement
- Mise à jour des données cartes automatique\*
- Rassurant + incite à l'usage → permet d'améliorer le taux de transformation

### Gestion des transactions Paylib similaire à celle des cartes « classiques »

- Pas de nouveau compte, pas de nouveau contrat monétique
- Pas de nouvel intermédiaire
- Une intégration facilitée

## Sécurité

### Garantie de paiement uniforme

- Pas d'impayé pour répudiation du porteur
- S'applique à toutes les transactions Paylib

### Un seul interlocuteur pour le particulier, sa banque

- Activation du service sur application mobile ou sur le site de sa banque
- Pas de stockage, ni d'exploitation des données chez un tiers

# paylib

## C'EST DÉJÀ,



200,000 utilisateurs



Des accords avec de **grands sites e-commerce**



vente-privee.com



showroomprive.com



LA POSTE

**Des récompenses:** élu « meilleur wallet » et « prix du public » lors des trophées de décembre 2013.



Horaire indicatif		Thème	Intervenants	
8h45	- 9h00	Introduction + L'actualité des paiements et de nos membres	Altéir Consulting	Laurent Nizri
9h00	- 9h20	Omnicanal : une réalité concrète	Worldline	Grégoire Sénéclause
9h20	- 9h40	Développement d'activité à l'international , difficultés et solutions	Adyen	François Hélard
9h40	- 10h40	Table ronde nouveaux métiers de l'acceptation sur internet	Ogone, BNP, B2bill, Delamaison.fr, Limonetik	Simon Pierre de la Seiglière, Sandrine Giroux, Erwan Bruyelle, Philippe Bruand, Christophe Bourbier
10h40	- 11h00	<i>Pause</i>		
11h00	- 11h15	Evolutions environnement réglementaire du Paiement sur internet	Cabinet d'avocats Franklin	Laetita de Pellegars
11h15	- 12h15	Table ronde Fraude	Banque de France, Cnil, Certissim, Priceminister, Hipay	Alexandre Stervinou, Alexandre Arcouteil, Olivier Desbiey, Steven Harel, emmanuel Chaumeau
12h15	- 12h30	Paylib : 6mois après le lancement, premiers retours	Paylib	Sandrine Giroux
12h30	- 12h40	Startup pitch	Limpid market	Sébastien Rossé
12h40	- 13h00	Echanges salle + conclusion	Altéir Consulting	Laurent Nizri
13h00	- 14h00	Cocktail networking		



## Colloque ACSEL Commission des moyens de paiement

**Le paiement sur Internet à l'heure de  
l'omnicanal et de la profusion des  
nouveaux moyens de paiement**

**Point d'actualité réglementaire**

**Laetitia de Pellegars - 10 avril 2014**

Elargir  
l'offre

T.P.P. (Adoption du Paquet législatif Paiement 3 avril 2014 DSP II)

Fraude

Délai de remboursement des ordres non autorisés : 24 heures après leur notification. Pertes supportées par le consommateur résultant de l'utilisation d'une carte ou d'un dispositif de paiement perdu ou volé : 50 euros. (ECON 20.02.2014, DSP II)

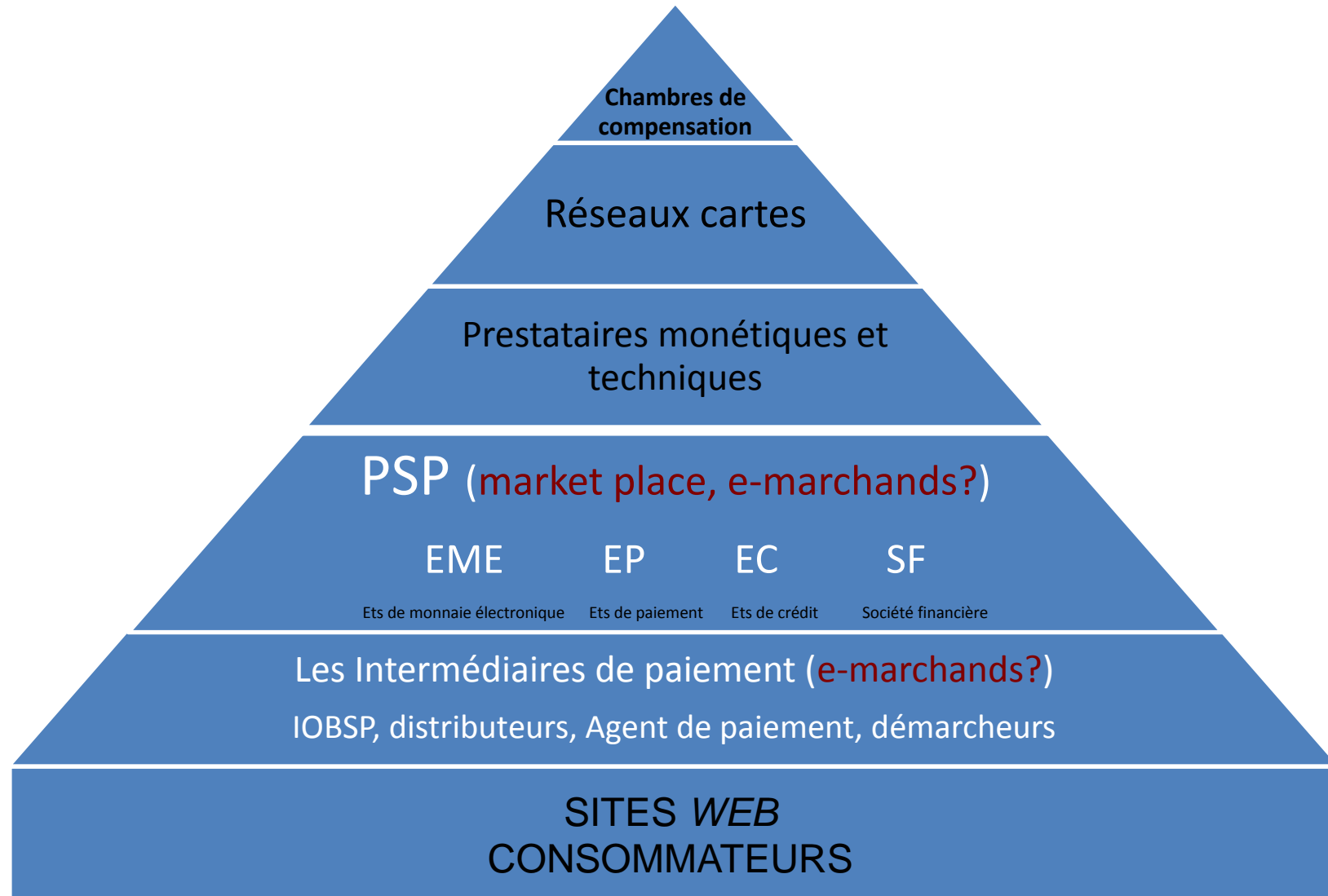
Données  
Et lab FT

SecuRepay du 4 février 2014: définitions des données sensibles.  
IVe Directive Lab FT et DSP II.

Coûts réels

ECON 20 février 2014 : Les fournisseurs de services de paiement seraient contraints de communiquer, à la demande, les coûts réels des traitements des paiements, ont décidé les députés. Les payeurs et les bénéficiaires devraient endosser les frais imposés respectivement par leurs fournisseurs de services.

# Acteurs régulés DSPII : où sont les e-marchands?



# NEUTRALITE TECHNOLOGIQUE

## De la réglementation européenne

### MONNAIE ELECTRONIQUE

Opération de  
 Paiement prépayée  
 adossée à un  
 Compte technique  
 Ou un support  
 Position ACPR sur  
 Bitcoin 29/01/2014

### MONNAIE SCRIPTURALE

Achat –  
remboursement  
 de la  
 monnaie  
 électronique  
 en monnaie  
 scripturale

Opération de paiement  
 adossée à un compte de  
 paiement (post payée), à un  
 crédit,  
 Transmission de fonds  
 Acquisition d'ordres/  
 émission instrument  
 Service 7

Activité hors  
 champ :  
 Dématérialisation  
 Titre  
 restaurant.  
 Décret  
 6.03.2014

Activité  
 hors champ

Le support de communication et l'instrument  
 de paiement sont sans incidence sur la  
 qualification (mobile, internet, réseau carte,  
 TPE physique)

# FRANKLIN

SOCIÉTÉ D'AVOCATS

26, avenue Kléber 75116 Paris

MERCI DE VOTRE ATTENTION





Horaire indicatif		Thème	Intervenants	
8h45	- 9h00	Introduction + L'actualité des paiements et de nos membres	Altéir Consulting	Laurent Nizri
9h00	- 9h20	Omnicanal : une réalité concrète	Worldline	Grégoire Sénéclausse
9h20	- 9h40	Développement d'activité à l'international , difficultés et solutions	Adyen	François Hélard
9h40	- 10h40	Table ronde nouveaux métiers de l'acceptation sur internet	Ogone, BNP, B2bill, Delamaison.fr, Limonetik	Simon Pierre de la Seiglière, Sandrine Giroux, Erwan Bruyelle, Philippe Bruand, Christophe Bourbier
10h40	- 11h00	<i>Pause</i>		
11h00	- 11h15	Evolutions environnement réglementaire du Paiement sur internet	Cabinet d'avocats Franklin	Laetita de Pellegars
11h15	- 12h15	Table ronde Fraude	Banque de France, Cnil, Certissim, Priceminister, Hipay	Alexandre Stervinou, Alexandre Arcouteil, Olivier Desbiey, Steven Harel, emmanuel Chaumeau
12h15	- 12h30	Paylib : 6mois après le lancement, premiers retours	Paylib	Sandrine Giroux
12h30	- 12h40	Startup pitch	Limpid market	Sébastien Rossé
12h40	- 13h00	Echanges salle + conclusion	Altéir Consulting	Laurent Nizri
13h00	14h00	Cocktail networking		

**adyen**



- ❑ Banque de France : alexandre Stervinou
- ❑ Certissim : alexandre Arcouteil
- ❑ Priceminister : Steven Harel
- ❑ CNIL : Olivier Desbief
- ❑ HiPay : Emmanuel Chaumeau
  
- ❑ *Animation : Laurent Nizri, Altéir Consulting*

# Fraude cartes - Données d'ensemble en Europe

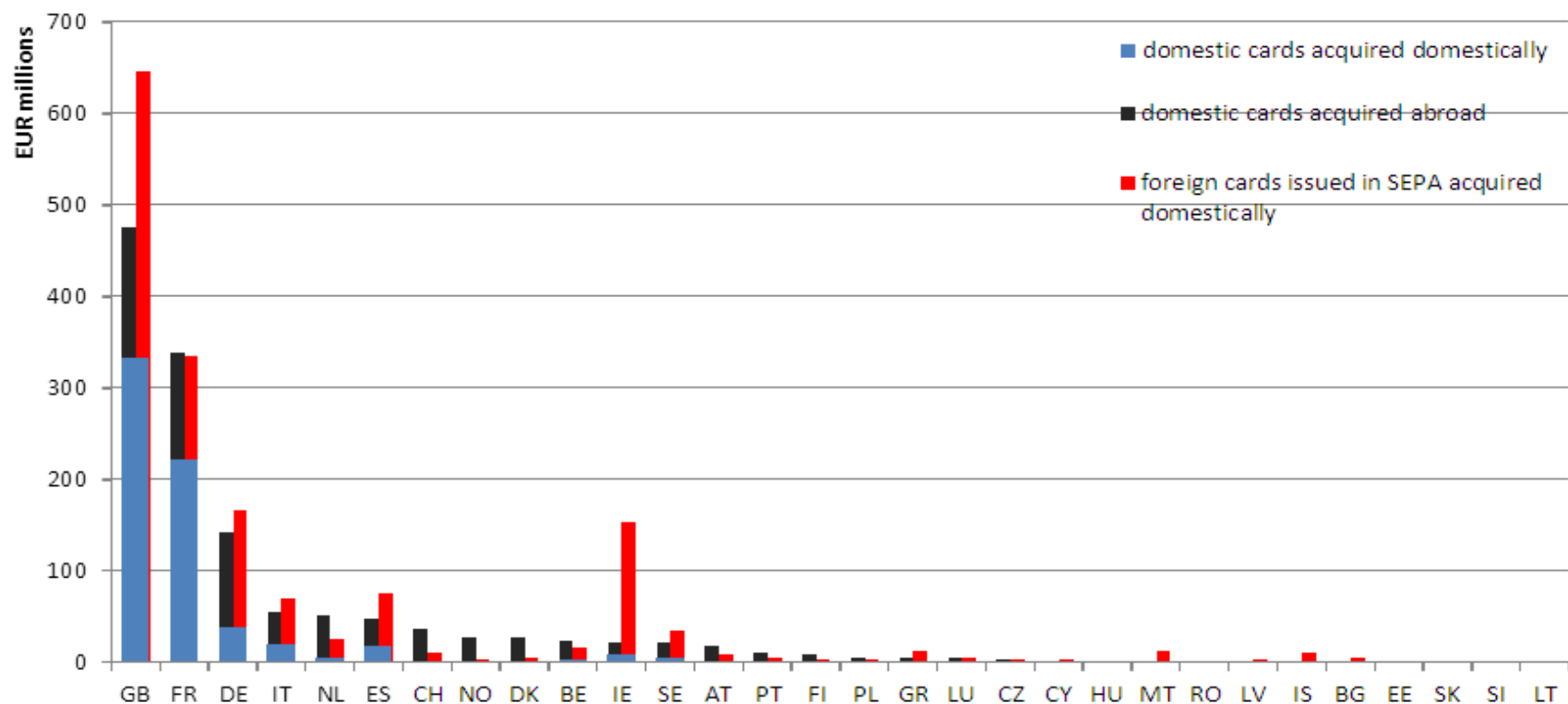
- En 2012, le **montant total de la fraude** aux cartes de paiement émises au sein de la zone SEPA (Union Européenne, Islande, Liechtenstein, Monaco, Norvège et Suisse) s'est élevé à **1,33 milliard d'euros** pour un montant total de transactions proche de 3 500 milliards d'euros
  - Le **taux de fraude** moyen (montant de la fraude rapporté au montant des transactions) s'est établi à **0,038 %**, en hausse pour la première fois depuis 2008 (0,036 % en 2011, son point le plus bas contre 0,048 % en 2008, son point le plus haut)
  - La **fraude aux paiements à distance** (Internet, courrier, téléphone) représente désormais **60 % de la fraude totale**, en augmentation régulière depuis 2008 (elle ne représentait alors « que » 46 % de la fraude totale)
- => Importante de la mise en œuvre, au plus tard en février 2015, des recommandations du forum SecuRe Pay concernant la sécurité des paiements sur Internet*

# *Principaux enseignements*

- Un **taux de fraude moyen qui repart à la hausse après plusieurs années de diminution régulière** :
  - Même s'il faudra, bien entendu, attendre la disponibilité des données 2013 pour confirmer cette tendance à la hausse, il pourrait s'agir d'un phénomène similaire à celui observé en France à partir de 2006 (année où le taux de fraude avait atteint son point le plus bas) après l'achèvement du déploiement d'EMV (il n'est considéré comme achevé pour la zone SEPA que depuis fin 2012).
- Un **taux de fraude plus élevé dans les pays où le marché de la carte est le plus mature** (à savoir, la France, le Royaume-Uni et le Luxembourg)

# Comparaison par pays (montant de la fraude)

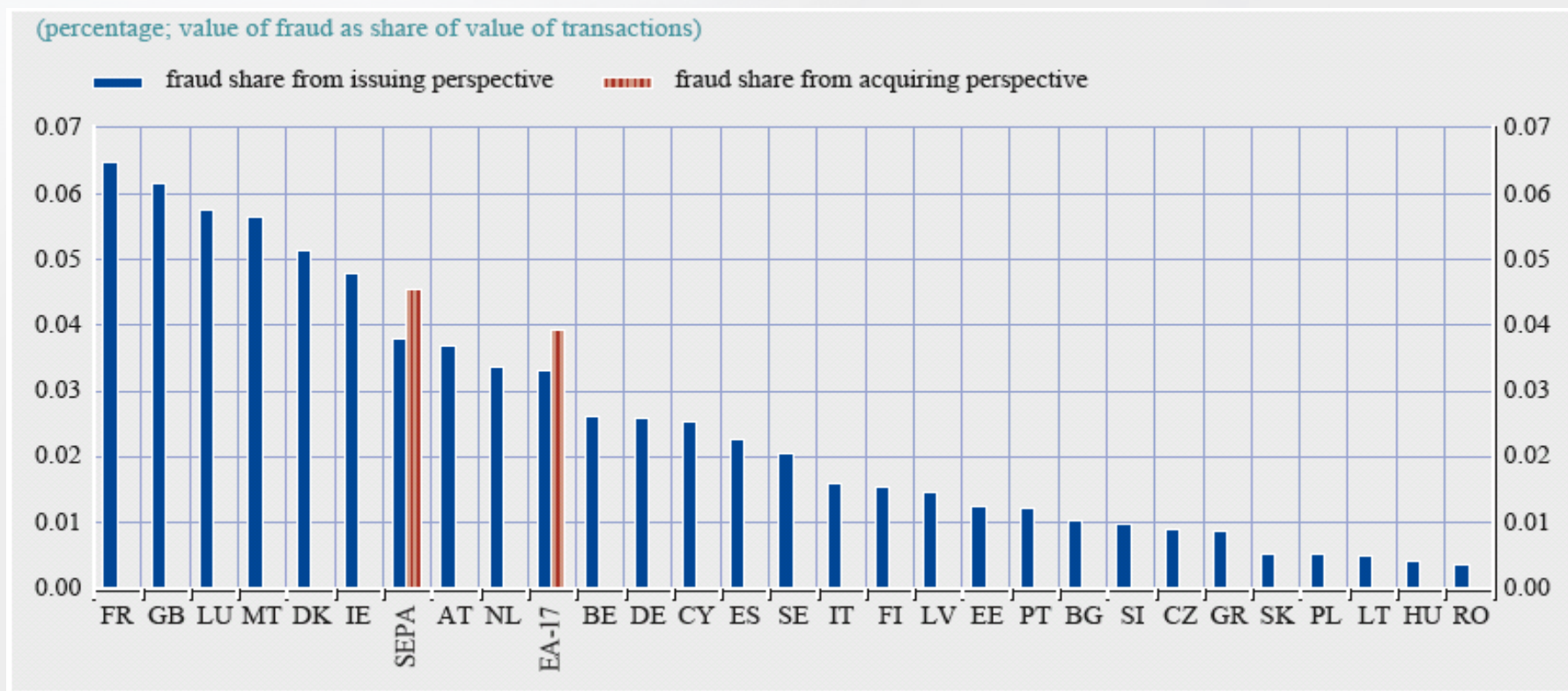
- Le **Royaume-Uni** apparaît comme le pays, au sein de la zone SEPA, où le **montant de la fraude** est **le plus élevé**, devant la France



Source: All CPSs, 2012.

## Comparaison par pays (taux de fraude)

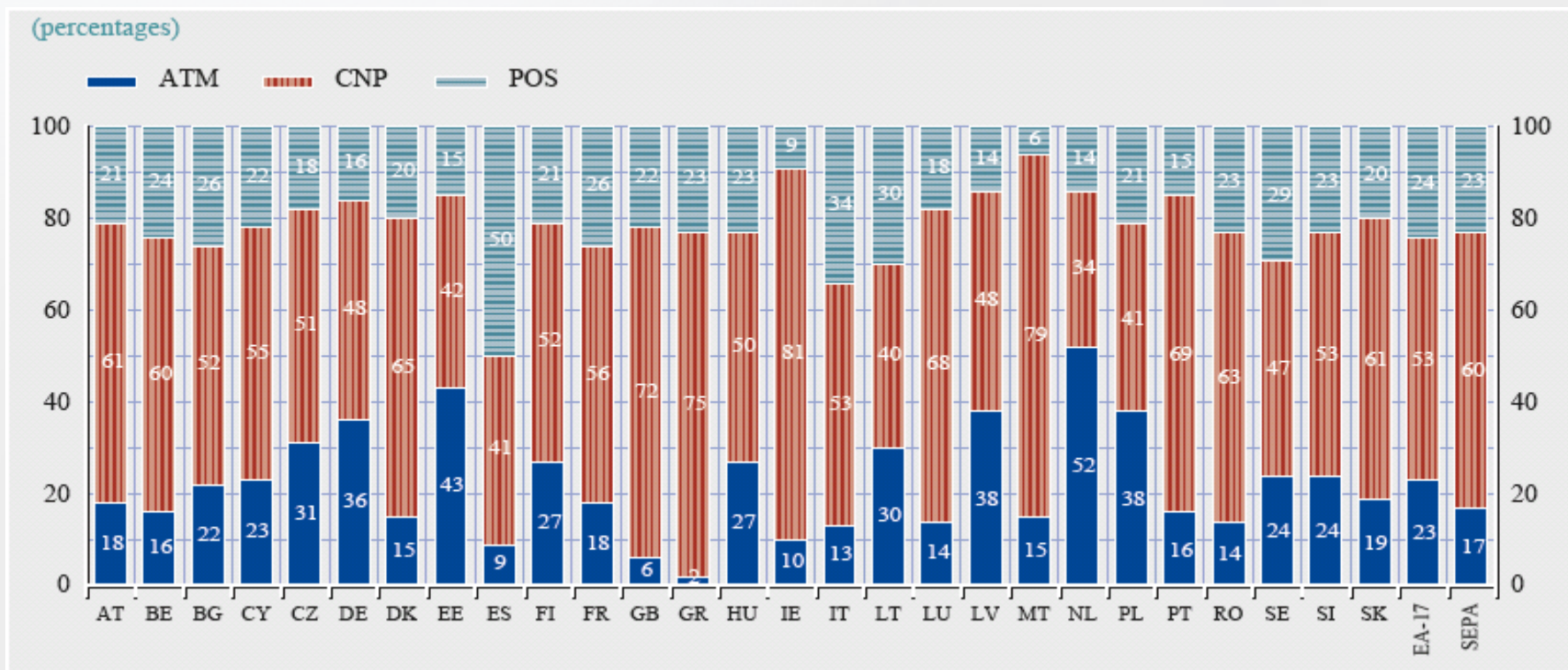
- La **France** apparaît par contre comme étant le pays connaissant le **taux de fraude le plus élevé**, à un niveau légèrement supérieur à celui du Royaume-Uni





## Comparaison par pays (par canal)

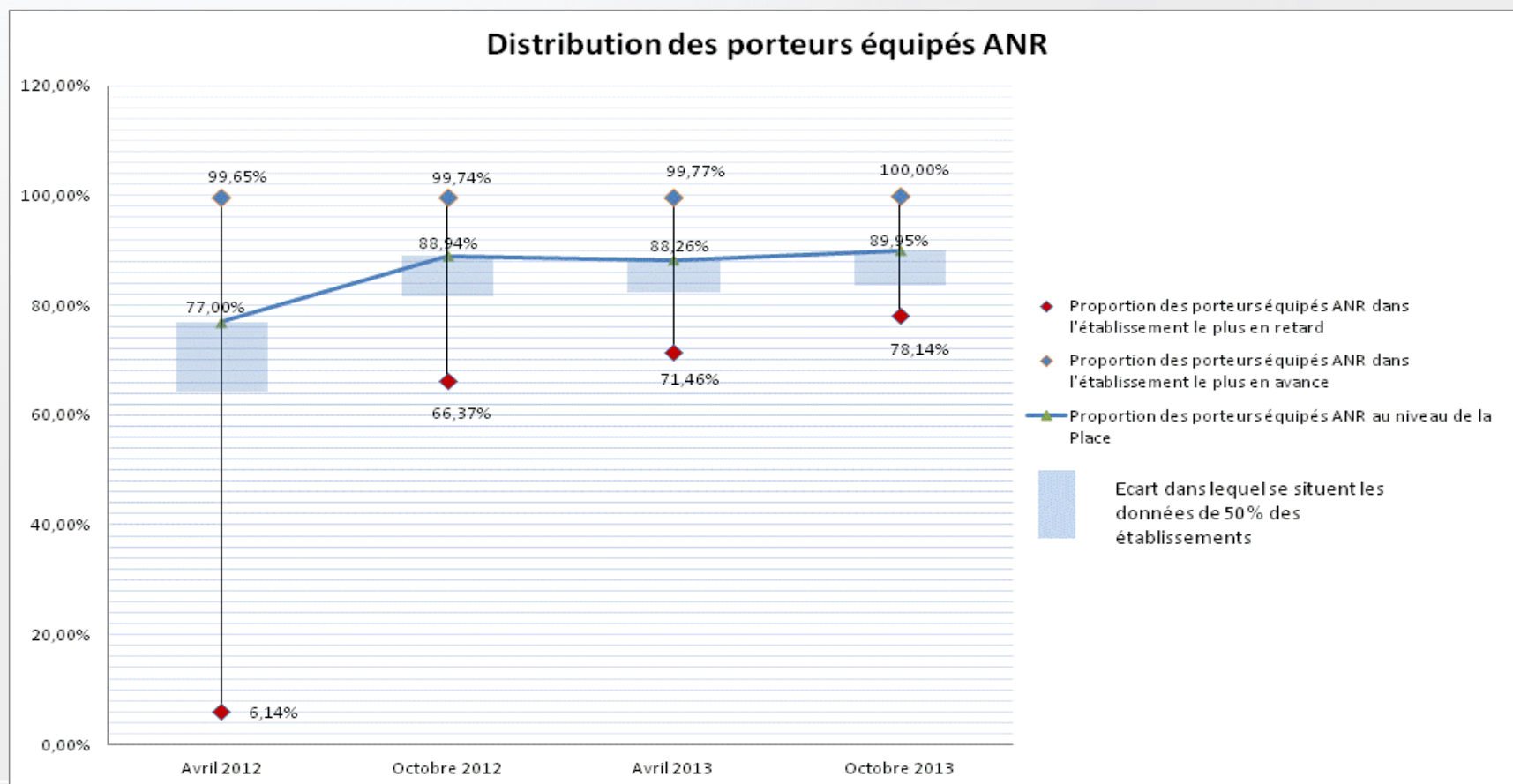
- Les paiements à distance constituent le canal le plus fraudé dans tous les pays à l'exception des Pays-Bas (retraits), de l'Espagne (proximité) et de l'Estonie (retraits)





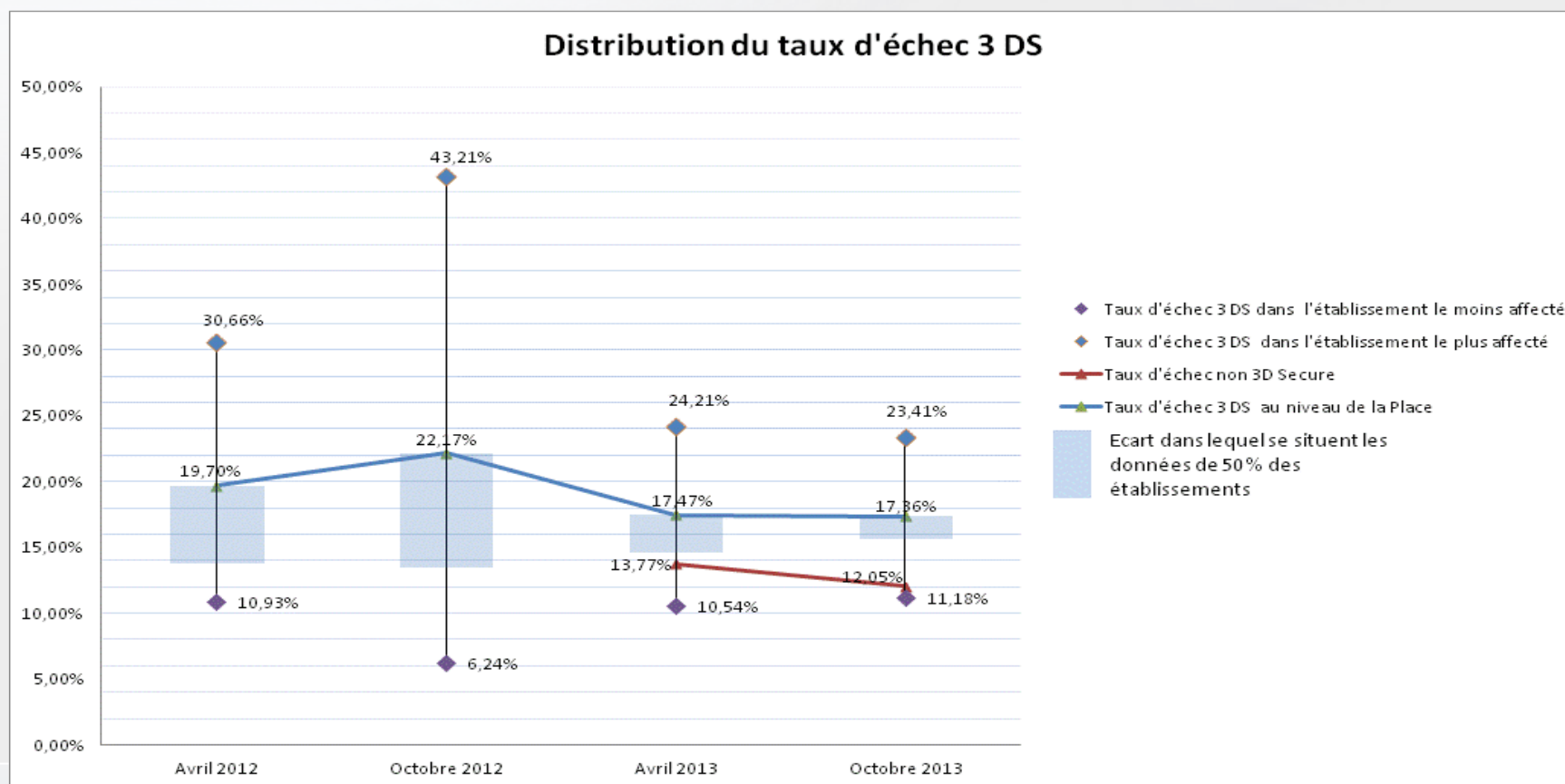
# Suivi du déploiement de 3D-Secure en France

- Les établissements couvrent à présent la plus grande majorité des porteurs.

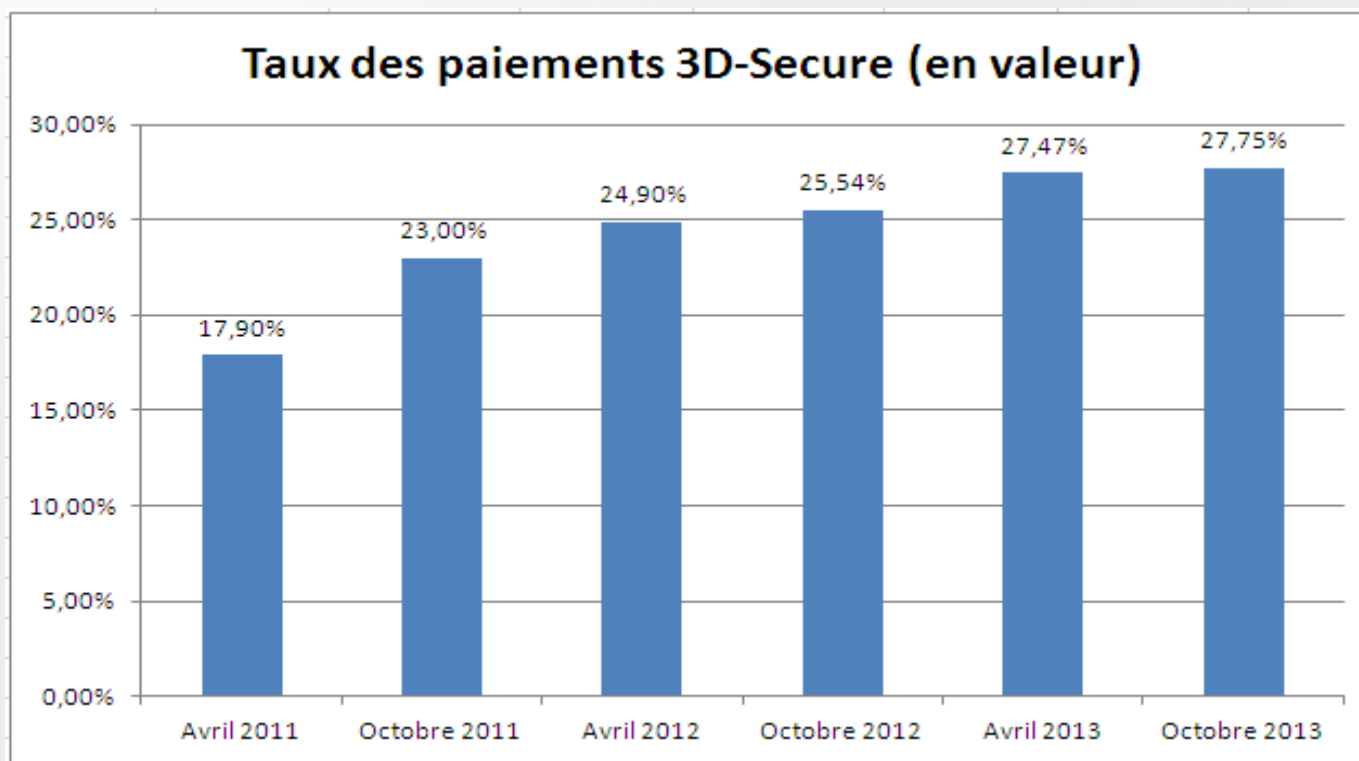


# Suivi des taux d'échec en France

- ✓ Durcissement des règles d'enrôlement et des modes dérogatoires;
- ✓ Recours accru à 3D-Secure sur les transactions les plus risquées, notamment chez les grands e-commerçants.
- ✓ **Nouvel indicateur : taux d'échec sur les transactions non 3D-Secure : 12 %**



# *Proportion des paiements 3D-Secure (en valeur)*



# Perspectives

*La sécurisation des paiements par carte constitue toujours un axe prioritaire:*

- Continuer les efforts en ce qui concerne la **lutte contre la fraude cartes pour les paiements à distance**
- Maintenir une **vigilance forte sur la fraude cartes en proximité**

*Les enseignements tirés ne sont pas neutres:*

- Encourager l'émergence de **solutions innovantes**, mais ne pas perdre de vue la **sécurité** de tout moyen de paiement nouveau
- Ne pas favoriser l'introduction de « **maillons faibles** » dégradant le degré de sécurité de solutions existantes (cartes, virements, etc.)
- Garantir la **confiance des utilisateurs dans leurs moyens de paiement**

Horaire indicatif		Thème	Intervenants	
8h45	- 9h00	Introduction + L'actualité des paiements et de nos membres	Altéir Consulting	Laurent Nizri
9h00	- 9h20	Omnicanal : une réalité concrète	Worldline	Grégoire Sénéclause
9h20	- 9h40	Développement d'activité à l'international , difficultés et solutions	Adyen	François Hélard
9h40	- 10h40	Table ronde nouveaux métiers de l'acceptation sur internet	Ogone, BNP, B2bill, Delamaison.fr, Limonetik	Simon Pierre de la Seiglière, Sandrine Giroux, Erwan Bruyelle, Philippe Bruand, Christophe Bourbier
10h40	- 11h00	<i>Pause</i>		
11h00	- 11h15	Evolutions environnement réglementaire du Paiement sur internet	Cabinet d'avocats Franklin	Laetita de Pellegars
11h15	- 12h15	Table ronde Fraude	Banque de France, Cnil, Certissim, Priceminister, Hipay	Alexandre Stervinou, Alexandre Arcouteil, Olivier Desbiey, Steven Harel, emmanuel Chaumeau
12h15	- 12h30	Paylib : 6mois après le lancement, premiers retours	Paylib	Sandrine Giroux
12h30	- 12h40	Startup pitch	Limpid market	Sébastien Rossé
12h40	- 13h00	Echanges salle + conclusion	Altéir Consulting	Laurent Nizri
13h00	- 14h00	Cocktail networking		

**adyen**





# LimpidMarket

.com

Comparateur de solutions de paiement

**Fair and Square S.A.S.**

Cours Louis Leprince-Ringuet,

25200 Montbéliard

Bureau:03.81.31.28.03

Mobile:06.10.47.71.91

sebastien.rosse@limpidmarket.com

# LE SERVICE LIMPIDMARKET

**1** Le commerçant répond à quelques questions sur son activité (CA, ticket moyen, secteur d'activité...)



**4** Le contrat est signé entre commerçant et établissement de paiement.

**2** LimpidMarket affiche les offres disponibles en détaillant commissions et services associés.

**3** Le commerçant fait son choix.

Le service

Les questions

Les résultats

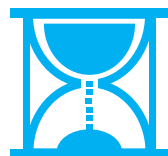
Le modèle économique



# AVANTAGES POUR LE COMMERÇANT



Rationalisation du poste de dépenses « encaissement »



Economies de temps



Garantie de trouver une solution adaptée



Le service



Les questions

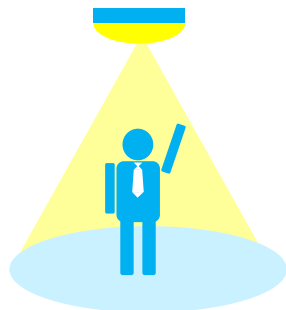


Les résultats



Le modèle économique

# AVANTAGES POUR L'ETABLISSEMENT DE PAIEMENT



Visibilité accrue



Mise en avant des atouts et des spécificités de l'offre



Un nouveau canal d'acquisition clients



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

Inspiré de la méthodologie bancaire, l'algorithme prend en compte l'ensemble des critères pouvant impacter le coût d'une solution de paiement

1. Chiffre d'affaires

2. Panier moyen

The screenshot shows the LimpidMarket website interface. The header includes the logo, navigation links (solution de paiement en ligne, Passerelle de paiement, Annuaire, Blog, FAQ), a French flag, and a 'Se connecter' link. The main content area has the heading 'Comparez les solutions de paiement en ligne et économisez!'. It contains three input fields: 'Quel est votre chiffre d'affaires mensuel par carte bancaire?' with a slider and a text box showing '€ 10000'; 'Quelle est la valeur de votre ticket moyen?' with a slider and a text box showing '€ 15'; and 'Quel produit recherchez-vous?' with two buttons: 'Solution de paiement en ligne' and 'Passerelle de paiement'. A large orange 'Comparer' button is at the bottom right.



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

6

Inspiré de la méthodologie bancaire, l'algorithme prend en compte l'ensemble des critères pouvant impacter le coût d'une solution de paiement



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

The screenshot shows the LimpidMarket website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo, a language selector (France), and links for 'solution de paiement en ligne', 'Passerelle de paiement', 'Annuaire', 'Blog', 'FAQ', and 'Se connecter'. The main content area is titled 'Merci de choisir votre secteur d'activité' with a progress indicator '29%'. It displays a grid of 12 activity sectors, each with an icon and text. The 'Électronique et Télécommunications' sector is highlighted in blue. The sectors are: Livres et Revues, Produits et services pour les professionnels, Vêtements, Accessoires et Chaussures, Ordinateurs, Matériel et Services, Électronique et Télécommunications, Cadeaux et Fleurs, Artisanat d'art et Objets de collection, Jouets et Loisirs, Animaux de compagnie et Animaux, Sports et Activités de plein air, Maison et Jardin, and Autres.

Merci de choisir votre secteur d'activité 29%			
Livres et Revues	Produits et services pour les professionnels	Vêtements, Accessoires et Chaussures	Ordinateurs, Matériel et Services
Électronique et Télécommunications	Cadeaux et Fleurs	Artisanat d'art et Objets de collection	Jouets et Loisirs
Animaux de compagnie et Animaux	Sports et Activités de plein air	Maison et Jardin	Autres

### 3. Secteur d'activité

- Identification des secteurs à risque
- Possibilité de publication d'offres ciblées

# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

7

Inspiré de la méthodologie bancaire, l'algorithme prend en compte l'ensemble des critères pouvant impacter le coût d'une solution de paiement

## 4. Canal de vente

The screenshot shows a web form for selecting a payment solution. The header includes the LimpidMarket logo and navigation links: 'solution de paiement en ligne', 'Passerelle de paiement', 'Annuaire', 'Blog', 'FAQ', and a 'Se connecter' button with a French flag icon. The main content area has two sections. The first section asks 'Par quel canal acceptez-vous principalement les paiements par carte?' with a progress indicator of 43%. It features two buttons: 'En ligne' (with a computer icon) and 'Courrier/tel' (with an envelope and phone icon). The second section asks 'Vos transactions en ligne sont-elles authentifiées par 3D-Secure ?' and has three buttons: 'Oui' (highlighted in blue), 'Non', and 'Pas sûr'. At the bottom of the form are 'Retour' and 'Suivant' buttons.



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

8

Inspiré de la méthodologie bancaire, l'algorithme prend en compte l'ensemble des critères pouvant impacter le coût d'une solution de paiement

## 5. Historique d'activité

The screenshot shows the LimpinMarket website interface. The header includes the logo, navigation links (solution de paiement en ligne, Passerelle de paiement, Annuaire, Blog, FAQ), a French flag, and a 'Se connecter' button. The main content area features a slider titled 'Depuis combien de temps êtes vous en activité ?'. The slider has a blue bar representing the selected range, with a value of 57% displayed on the right. Below the slider, there are two buttons: 'Retour' and 'Suivant'.



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

9

Inspiré de la méthodologie bancaire, l'algorithme prend en compte l'ensemble des critères pouvant impacter le coût d'une solution de paiement



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

## 6. Origine des clients

- Utile lorsque l'établissement de paiement répercute les différents niveaux d'interchange sur ses commissions

The screenshot shows a web form for 'LimpinMarket' with the following elements:

- Header:** LimpinMarket logo, navigation links (solution de paiement en ligne, Passerelle de paiement, Annuaire, Blog, FAQ), a French flag, and a 'Se connecter' link.
- Section 1:** 'D'où viennent vos clients ?' with a progress bar and three input fields: 'France' (85%), 'UE' (15%), and 'Hors UE' (0%). A '71%' indicator is shown above the 'Hors UE' field.
- Section 2:** 'Quel pourcentage de vos clients sont des entreprises ?' with a progress bar and an input field showing '5%'.
- Navigation:** 'Retour' button on the left and 'Suivant' button on the right.



# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

10

Inspiré de la méthodologie bancaire, l'algorithme prend en compte l'ensemble des critères pouvant impacter le coût d'une solution de paiement



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique



## 7. Origine des clients

- Utile lorsque l'établissement de paiement répercute les différents niveaux d'interchange sur ses commissions

The screenshot shows the LimpidMarket website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and links: 'solution de paiement en ligne', 'Passerelle de paiement', 'Annuaire', 'Blog', 'FAQ', a French flag, and 'Se connecter'. The main content area displays a question: 'Depuis combien de temps êtes vous en activité ?'. Below the question is a horizontal slider bar. The slider is currently set to '1 an' and shows a progress of '57%'. At the bottom of the form, there are two buttons: 'Retour' (left arrow) and 'Suivant' (right arrow).

# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

11

L'algorithme prend également les besoins du marchand afin d'identifier les solutions pouvant les satisfaire



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique



## 8. Identification des services relatifs au produit bancaire

The screenshot shows the LimpidMarket website interface. The header includes the logo, navigation links (solution de paiement en ligne, Passerelle de paiement, Annuaire, Blog, FAQ), a French flag, and a 'Se connecter' button. The main content area prompts the user to select services for their payment solution, with a progress indicator showing 79% completion. Four services are listed with checkboxes: 'Conversion dynamique de devises', 'Encaissement pour compte de tiers', 'Multi-devises', and 'Votre nom apparaît sur le relevé bancaire client'. At the bottom of the form are 'Retour' and 'Suivant' buttons.

LimpidMarket solution de paiement en ligne Passerelle de paiement Annuaire Blog FAQ Se connecter

Veuillez sélectionner les services que vous souhaiteriez trouver dans votre solution de 79% paiement.

- ☐ Conversion dynamique de devises
- ☐ Encaissement pour compte de tiers
- ☐ Multi-devises
- ☐ Votre nom apparaît sur le relevé bancaire client

Retour Suivant

# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

12

L'algorithme prend également les besoins du marchand afin d'identifier les solutions pouvant les satisfaire



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

## 9. Identification des services relatifs à la solution technique

The screenshot shows the LimpidMarket website interface. At the top, there is a navigation bar with the LimpidMarket logo, links for 'solution de paiement en ligne', 'Passerelle de paiement', 'Annuaire', 'Blog', 'FAQ', a French flag, and a 'Se connecter' button. The main content area has a heading 'Veuillez sélectionner les services que vous jugez importants pour votre entreprise.' followed by '86%'. Below this is a list of services with checkboxes:

- ☐ 3D Secure ⓘ
- ☐ Bouton de paiement ⓘ
- ☐ Page de paiement hébergée ⓘ
- ☐ Page de paiement intégrée ⓘ
- ☐ Page de paiement multilingue
- ☐ Paiement différé ⓘ
- ☐ Personnalisation de la page de paiement
- ☐ Service client 24h/24 et 7j/7

At the bottom of the form, there are two buttons: 'Retour' and 'Suivant'.

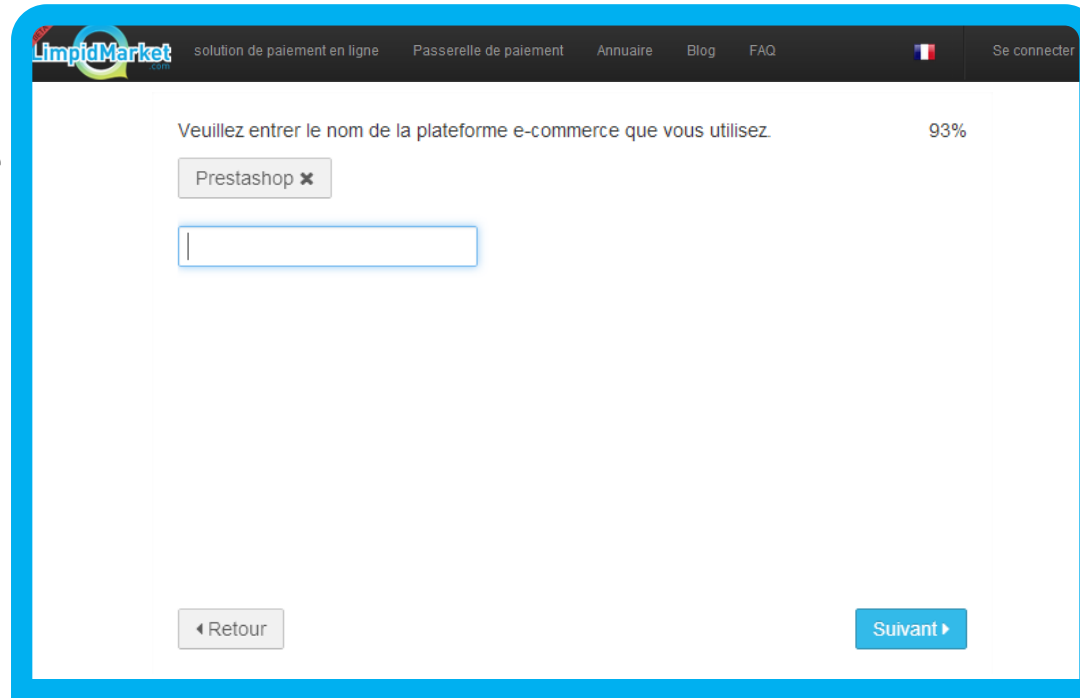
# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

13

L'algorithme prend également les besoins du marchand afin d'identifier les solutions pouvant les satisfaire

## 10. Plateforme e-commerce

Permet de vérifier la compatibilité solution de paiement/plateforme



The screenshot shows the LimpidMarket website interface. The header includes the LimpidMarket logo, navigation links for 'solution de paiement en ligne', 'Passerelle de paiement', 'Annuaire', 'Blog', and 'FAQ', a French flag, and a 'Se connecter' link. The main content area has a heading 'Veuillez entrer le nom de la plateforme e-commerce que vous utilisez.' followed by a progress indicator '93%'. Below this is a text input field containing 'Prestashop' with a close icon, and an empty search input field. At the bottom of the form are two buttons: 'Retour' and 'Suivant'.



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

# DETERMINATION DU PROFIL DU MARCHAND

L'algorithme prend également les besoins du marchand afin d'identifier les solutions pouvant les satisfaire



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

## 11. Méthodes de paiement alternatives

Permet de vérifier la disponibilité des méthodes de paiement alternatives dans chaque solution de paiement proposée.

The screenshot shows the LimpidMarket website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and links: "solution de paiement en ligne", "Passerelle de paiement", "Annuaire", "Blog", "FAQ", a French flag, and "Se connecter". The main content area has a heading "Veuillez entrer les noms des méthodes de paiement que vous souhaiteriez que la solution inclue." Below this, there are three input fields containing "PayPal", "iDeal", and "Skrill", each with a small 'x' icon to the right. Below these fields is a larger empty text input box. At the bottom of the form, there are two buttons: "Retour" (with a left arrow) and "Comparer" (with a right arrow).

# RESULTATS – ANALYSE DE COUTS

Estimation du coût mensuel de la solution

Détail de la grille tarifaire

Estimation de la pertinence de la solution par rapport aux besoins du marchand

The screenshot displays a comparison of three payment solutions: Paysite Cash, Klik & Pay, and PayPlug. Each solution is presented with its logo, a 'Choisir' button, and a summary of costs and features.

Solution	Coût mensuel (€)	Installation	Pertinence (%)
Paysite Cash	285 €	gratuit	70%
Klik & Pay	293 €	150 €	87%
PayPlug	300 €	gratuit	75%

**Tarifs du Compte Marchand (Paysite Cash):**

- Commission par transaction:**
  - Cartes de crédits : De 1.4% + 0.3 €/trx
  - Carte de débits : De 1.4% + 0.3 €/trx
- Frais récurrents:**
  - Frais de tenue de compte : 0 €
  - Frais mensuels minimums : 0 €
- Frais uniques:**
  - Frais d'installation : 0 €
  - Frais de résiliation : 0 €
- Autres Frais:**
  - Rejet de débit : 0 €
  - Remboursement : 0 €
  - Frais PCI : 0 €

Plus de détails ▶



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique

# MODELE ECONOMIQUE

## LimpidMarket tire ses revenus de 3 sources différentes



LimpidMarket est un **apporteur d'affaires** et reçoit à ce titre une commission versée par les établissements de paiement partenaires lorsque ceux-ci gagnent un nouveau client grâce au comparateur.



LimpidMarket fournit des **leads qualifiées** à ses partenaires



LimpidMarket opère un service de **consulting** par lequel il conseille les marchands de grande taille dans le choix de leur solution de paiement.



Le service



Les questions



Les résultats



Le modèle économique



# Place aux échanges

## Sébastien Rossé

**Fair and Square S.A.S.**

Cours Louis Leprince-Ringuet,  
25200 Montbéliard

Bureau:03.81.31.28.03

Mobile:06.10.47.71.91

sebastien.rosse@limpidmarket.com

## Antoine Emmanuel Cahen

**Fair and Square S.A.S.**

Cours Louis Leprince-Ringuet,  
25200 Montbéliard

Bureau:03.81.31.28.03

Mobile:06.10.19.29.46

Antoine.cahen@limpidmarket.com

- **Commission E-commerce international** – le 14 avril  
Intervention de l'ACSEL à la Conférence à Bercy  
**TPE/PME : cap e-xport**
  
- **Commission Juridique** – le 16 avril  
Petit-déjeuner  
**Impact de la loi Hamon sur le secteur du numérique**
  
- **Soirée de remise des Prix des ACSEL du numérique** – le 29 avril  
Le Trophée des acteurs du numérique
  
- **Mission d'études en Californie** – du 2 au 6 juin  
**Le commerce collaboratif, nouveau canal de distribution ?**

## Commission « moyens de paiement »

### Cycle de réflexion 2014

**atelier du 10/04/14**

Le paiement sur Internet à l'heure de l'omnicanal et de la profusion des nouveaux moyens de paiement

**En partenariat avec**

**adyen**



**Alt é ir**  
CONSULTING