

# Les processeurs de paiement profitent de la digitalisation du commerce

Les volumes de transactions en ligne ont beaucoup augmenté et les offres s'élargissent à de nouveaux services et d'autres pays.

PAR ALEXANDRA OUBRIER

@AlexOubrier

+ EMAIL aoubrier@agefi.fr

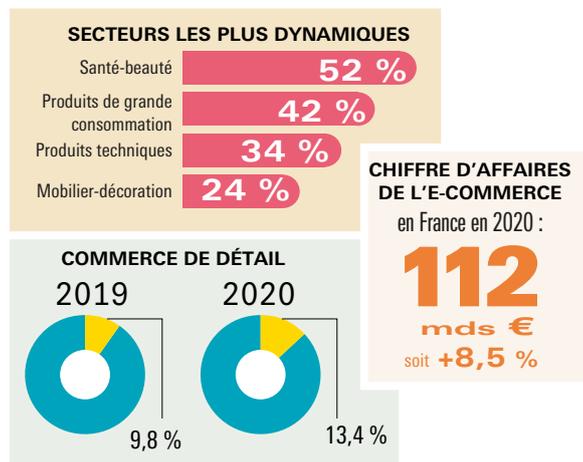
« Cette crise met le monde à l'épreuve mais sert aussi de catalyseur favorable à la progression du paiement digital. » Worldline, premier acteur européen du paiement, présente ainsi un bon résumé de l'année 2020 pour les prestataires de services de paiement (PSP). Tous ont vu les volumes de transactions en ligne augmenter fortement en raison de la bascule des achats en magasins vers l'e-commerce et les paiements en ligne. Chez Worldline, la hausse des activités en ligne et omnicanal est de 50 % sur un périmètre très international, la société étant présente dans 50 pays. Significatif pour une industrie de volume. Pour le Groupement Cartes Bancaires, les ventes à distance en France ont donné lieu à 1,8 milliard de transactions par cartes bancaires, soit 12 % de plus qu'en 2019. Ces paiements représentent désormais 22 % des transactions traitées par le Groupement qui s'est rapproché des commerçants afin de soutenir leur conversion au commerce en ligne en créant, notamment, ActionCommerceCB, un site internet présentant plus de 200 solutions de paiement mises à disposition par des banques, des PME et des start-up françaises.

Et tous les processeurs en ont profité, les grands comme les moins grands. Monext, par exemple, filiale du Crédit Mutuel Arkéa, a traité 4,2 milliards de transactions en ligne, soit 17 % de plus en un an. La société voit sa part de marché atteindre les 40 % sur le paiement en ligne en France. « Cette croissance s'explique

par une montée en charge très rapide de nos clients de la grande distribution (Système U, Leclerc, Intermarché ou Carrefour...) vers les commandes en ligne et vers le 'drive', et par une forte augmentation des transactions réalisées sur Amazon ou Cdiscount,

## DYNAMIQUE INÉDITE

Chiffres de l'e-commerce français en 2020



SOURCE : FEVAD

explique Frédéric Diverrez, président de Monext. Nous avons également capté de nouveaux flux grâce à notre contrat avec la Banque de France et le Trésor public pour l'encaissement des services publics (cantines, amendes...) depuis juin 2020. » La croissance devrait être encore plus visible en année pleine.

## EXPANSION

Chez Lyra Network, les paiements e-commerce ont crû de 20 %. « Certains secteurs d'activité ont été très dynamiques, comme le bricolage, la 'high tech' ou les abonnements à des contenus digitaux, détaille Anton Bielakoff, directeur général de Lyra Network. Mais nous avons également doublé le nombre de commerçants

raccordés chaque mois, ce qui fait plus de 1.500 nouvelles intégrations mensuelles. De grandes enseignes de la vente à domicile nous ont rejoints. Et notre activité en marque blanche pour le compte de nombreuses banques se porte bien. » L'entreprise qui fête ses 20 ans couvre le tiers de l'e-commerce français et poursuit son expansion internationale en Europe mais aussi en Amérique latine. L'activité hors de France dépasse les 50 % désormais.

Hipay affiche également une croissance soutenue (+43 %) du volume de transactions traitées grâce aux sites de jeux vidéo ou de matériel informatique, notamment, mais aussi grâce à de nouveaux clients comme Téléshopping, Fauchon, Sport 2000 ou Panini. Soixante-dix grands comptes l'ont rejoint au dernier trimestre 2020. Son activité avec ses clients historiques s'accroît par ailleurs, avec par exemple les transactions internationales de Metro. « Nous traitons aussi les paiements de certaines 'market-places' de VeePee en Espagne et en Italie, déclare Grégoire Bourdin, son directeur général. Notre déploiement international est en accélération. »

Quant à Payplug, spécialiste des petits commerçants, il a connu une hausse de 125 % des volumes traités et a accueilli 4.000 nouveaux clients. Son offre omnicanal permet de gérer ventes en ligne et en magasin, ce qui facilite la vie des commerçants, et l'intégration du paiement fractionné d'Oney devrait les aider à augmenter leur chiffre d'affaires. Enfin, Adyen poursuit sa conquête des grands commerçants en France. Il en compte 350 désormais et les accompagne dans leur stratégie omnicanal. Le groupe néerlandais affiche une croissance mondiale de 27 %. ■