



#### Contact presse Capgemini

Nicolas Atlan  
[nicolas.atlan@capgemini.com](mailto:nicolas.atlan@capgemini.com)  
+33 1 47 54 50 71

#### Contact presse RBS EMEA

Aoife Reynolds  
[aoife.reynolds@rbs.com](mailto:aoife.reynolds@rbs.com)  
+44 20 3361 1588

#### Contact presse Efma EMEA

Karine Coutinho  
[karine@efma.com](mailto:karine@efma.com)  
+33 1 47 42 69 82

## SELON LA DERNIERE EDITION DU WORLD PAYMENTS REPORT, LA PART DE MARCHÉ DES CARTES DE PAIEMENT<sup>1</sup> CONTINUE À AUGMENTER PAR RAPPORT À CELLE DES CARTES DE CRÉDIT<sup>2</sup>

Paris - 9 octobre 2012 - Selon le World Payments Report<sup>3</sup> (WPR) 2012 publié ce jour par Capgemini, The Royal Bank of Scotland (RBS) et l'Efma\*, la part de marché des cartes de paiement continue à augmenter par rapport à celle des cartes de crédit et l'utilisation des moyens de paiement électronique et mobile affiche une croissance exponentielle. Le rapport s'intéresse également à l'influence des réglementations sur l'innovation. Par ailleurs, il apparaît que la notion du BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) ne s'applique plus au domaine des paiements, le Brésil creuse nettement l'écart et est désormais le deuxième pays en termes de volumes de paiement juste derrière les États-Unis. Ce sont 20 milliards de transactions non-cash qui ont été effectuées au Brésil en 2010, contre 13,1 milliards au total en Russie, en Inde et en Chine. Le World Payments Report confirme la croissance soutenue du volume global des paiements non-cash : une augmentation de 7,1 % en 2010, atteignant 283 milliards de transactions et une hausse de 8,2% sur 2011. Enfin, le rapport souligne que le volume des paiements a cru beaucoup plus rapidement (+ 16,9 %) dans les pays émergents, stimulé par une augmentation de plus de 30 % en Russie et en Chine.

### La montée en puissance des paiements par carte et mobile

Selon le rapport, l'innovation industrielle va rester centrée sur les moyens de paiement électronique, mobiles et par carte, qui ont le vent en poupe. Les analystes estiment que près de 28,3 milliards de transactions ont été effectuées sur internet et sur des appareils mobiles dans le monde en 2011. Le rapport indique également que plus d'un paiement non-cash sur trois a été effectué avec une carte de paiement en

<sup>1</sup> Avec une carte de paiement, les dépenses sont débitées directement du compte du porteur de la carte

<sup>2</sup> Les dépenses effectuées avec une carte de crédit sont débitées d'une réserve de crédit renouvelable auprès de la banque. Les modalités de remboursement du crédit sont convenues entre la banque et le client.

<sup>3</sup> Le World Payments Report 2012 décrit l'évolution du marché mondial des paiements, notamment en termes de volume et d'instruments utilisés, tels que les cartes et les chèques, l'impact des grandes évolutions réglementaires, ainsi que les enjeux et options stratégiques qui en découlent pour les banques.

2010, soit une hausse de 15,2 %. Toutefois, compte tenu du fait que 2,1 % seulement des utilisateurs d'appareils mobiles effectuent des paiements mobiles<sup>4</sup>, le potentiel de croissance supplémentaire reste considérable. En 2013, les paiements mobiles et électroniques devraient représenter respectivement 17 milliards et 31,4 milliards de transactions. Pour Kevin Brown, Global Head, Transaction Services Product, International Banking, chez RBS : « *La part de marché des cartes continue à augmenter par rapport à celle des autres moyens de paiement, car les transactions par carte apparaissent comme une alternative aisée aux paiements en espèces. Étant donné que les consommateurs effectuent de plus en plus leurs transactions sur Internet et sur des appareils mobiles, les solutions de paiement innovantes vont poursuivre leur montée en puissance* ».

### **Les réglementations peuvent constituer un obstacle ou être moteur de l'innovation**

Le WPR montre également que les réglementations pourraient entraver la capacité des banques à proposer des solutions innovantes pour répondre aux attentes de leurs clients. La crise de la dette de la zone euro pousse les banques européennes à se mettre en conformité avec la réglementation Bâle III. En revanche, elles sont moins à même de se concentrer sur l'innovation. Le rapport conclut que les réglementations peuvent avoir des conséquences positives sur l'innovation dans certains cas. Pour Jean Lassignardie, en charge des ventes et du marketing pour les services financiers au niveau mondial chez Capgemini « *Les réglementations ne doivent pas être élaborées dans un cadre d'isolement régional. Leur objectif principal doit être de stimuler l'innovation au bénéfice des clients* ».

Lorsqu'il leur a été demandé ce qui stimule l'innovation, plus des deux tiers des personnes interrogées déclarent que la conquête de nouveaux clients et la fidélisation sont les deux domaines les plus propices à l'innovation. Toutefois, en matière de service client, les banques doivent redoubler d'efforts et relever des défis plus importants que leurs concurrents des secteurs non bancaires, qui, dans certains cas, ont une capacité d'innovation plus forte, ne subissant pas les mêmes pressions réglementaires.

Le rapport indique également que les entreprises les plus innovantes dans le domaine des paiements sont celles qui ont une connaissance très fine des besoins des clients qu'elles ciblent, ainsi que de leur propre capacité à innover. A titre d'exemple, le WPR cite l'opérateur de télécommunications japonais NTT DOCOMO qui a réussi à se développer rapidement et à convaincre 70 millions d'utilisateurs avec son « portefeuille mobile »<sup>5</sup>. Ce projet qui s'appuie sur les moyens de paiement existants (tels que les cartes de

---

<sup>4</sup> L'année dernière, les analystes ont sensiblement modifié leurs prévisions concernant les paiements électroniques et ont considérablement revu celles concernant les paiements mobiles. En conséquence, les estimations diffèrent clairement de celles annoncées dans le WPR 2011, comme le montre le cumul des totaux des figures 1,7 et 1,8 du WPR 2012.

<sup>5</sup> Un portefeuille mobile, Osaifu-Keitai en japonais, est un instrument de paiement de proximité activé sur les téléphones mobiles compatibles, qui propose des services allant au-delà des paiements NFC : monnaie électronique, carte d'identité, carte de fidélité, titres de transports en commun (chemins de fer, bus et avions) et carte de crédit.

crédit) et tient compte des programmes de fidélité et des services CRM destinés aux revendeurs, a rencontré un vif succès au cours des huit dernières années.

### **L'hétérogénéité des BRIC dans le domaine des paiements**

Globalement, le volume des paiements non-cash reste concentré dans les pays développés : 79,5 % d'entre eux sont effectués en Amérique du Nord, en Europe et en Asie-Pacifique. Cependant, les pratiques au sein des pays du BRIC divergent, car si la Russie et la Chine stimulent l'augmentation des volumes de paiement non cash de plus de 30 %, le Brésil est devenu le deuxième pays du marché mondial des paiements, après les États-Unis. De plus, le volume des paiements en Inde a augmenté de 10 % et cette région présente un fort potentiel de croissance future, mais reste à la traîne par rapport aux autres pays du BRIC.

Selon Patrick Desmarès, secrétaire général de l'Efma : *« L'acronyme BRIC n'est plus applicable au domaine des paiements. Compte tenu de leur niveau de développement très différent, ces quatre pays doivent être considérés séparément et en particulier le Brésil, où les volumes dépassent désormais tous les pays européens ».*

Le rapport est disponible sur [www.capgemini.com/wpr12](http://www.capgemini.com/wpr12)

### **A propos de Capgemini**

Fort d'environ 120 000 collaborateurs et présent dans 40 pays, Capgemini est l'un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance. Le Groupe a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de 9,7 milliards d'euros. Avec ses clients, Capgemini conçoit et met en œuvre les solutions business et technologiques qui correspondent à leurs besoins et leur apporte les résultats auxquels ils aspirent. Profondément multiculturel, Capgemini revendique un style de travail qui lui est propre, la « Collaborative Business Experience<sup>TM</sup> », et s'appuie sur un mode de production mondialisé, le « Rightshore<sup>®</sup> ».

Plus d'informations sur : [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com)

Grâce à une expertise sectorielle pointue, des offres de services innovantes et un système de production mondialisé de nouvelle génération, **l'entité Services Financiers de Capgemini** répond aux besoins de plus en plus sophistiqués du secteur des services financiers. Fort d'un réseau de 21 000 experts au service de plus de 900 clients dans le monde, Capgemini accompagne les leaders de la banque, de l'assurance et des marchés financiers afin de leur permettre d'obtenir des résultats tangibles et durables.

Plus d'informations sur : [www.capgemini.com/financialservices](http://www.capgemini.com/financialservices)

*Rightshore<sup>®</sup> is a trademark belonging to Capgemini*

### **RBS Markets & International Banking (M&IB)**

La division RBS Markets & International Banking (M&IB) est un partenaire bancaire de référence pour les grandes entreprises, les institutions financières et les organismes publics, présent dans le monde entier. M&IB propose une large gamme de produits et services, dans les financements bancaires et obligataires, les activités de marché, la gestion des risques, les produits pour les investisseurs, le conseil en financement et la gestion des flux. M&IB met l'accent sur la relation de long terme avec ses clients et l'excellence dans la mise en œuvre des solutions proposées, grâce à une expertise mondiale combinée à une présence locale, basée sur un modèle bancaire prudent et durable pour répondre aux évolutions des marchés et de la réglementation. M&IB est présent dans 38 pays.

### **The Royal Bank of Scotland Group (RBS)**

RBS est un établissement bancaire et financier international. Le Groupe, dont le siège est à Edimbourg, est présent au Royaume-Uni, en Europe, au Moyen Orient, en Amérique du Nord et en Asie. RBS propose à plus de 30 millions de clients, particuliers, entreprises et institutionnels, une large gamme de produits et services dans les métiers de la banque de détail, de la gestion de fortune et de la banque d'entreprise. RBS opère sous différentes marques, principalement The Royal Bank of Scotland et NatWest, ainsi que Citizens, Charter One, Ulster Bank, Coutts et Direct Line.

**\*Efma**

L'Efma est une association à but non lucratif fondée en 1971 par des banquiers et des assureurs de plusieurs pays européens. Elle est spécialisée sur les services financiers de détail et regroupe aujourd'hui plus de 3.000 enseignes de 130 pays différents. En Europe, 80% des plus grandes institutions financières sont membres de l'association. L'Efma propose aux professionnels des services financiers de détail un accès privilégié à des multiples ressources, bases de données, études, fils d'information et publications. L'Efma leur offre également de nombreuses opportunités de rencontre exclusives au sein de groupes de travail, de communautés en ligne ou de réunions internationales.

Pour plus d'information: [www.efma.com](http://www.efma.com)

# # #