

## DES SYSTÈMES DE PAIEMENT INTÉGRÉS AU CŒUR DES ENJEUX DE LA CONSOMMATION DE DEMAIN

Leader historique des solutions de paiements intégrées, le groupe **Ingenico** a su conquérir depuis la France un très vaste marché à l'international en faisant évoluer en permanence son offre de services pour mieux s'adapter aux dernières évolutions des habitudes de consommations et modes de paiement de plus en plus complexes.

Explications avec Frédéric Lepeintre, Vice-Président Produits et Marketing.



Frédéric Lepeintre

NOUS CHERCHONS ÉGALEMENT À RECRUTER LES JEUNES TALENTS EN PARTICIPANT À DE NOMBREUX FORUMS AFIN DE PRÉSENTER INGENICO COMME UNE CIBLE POTENTIELLE DE RECHERCHE D'EMPLOI.

### Pouvez-vous nous présenter le groupe, son cœur de métier et son offre de services ?

Player du monde du paiement et de la FinTech industrie, Ingenico fournit aux marchands en direct ou via des distributeurs, banques et acquéreurs, des solutions leur permettant de conclure leur activité commerciale avec un paiement, quel qu'en soit le mode et de façon simple, efficace et sécurisée. Notre métier est vraiment au cœur de cet écosystème commercial, visant à fournir les bonnes solutions de paiements aux différentes parties prenantes pour que cet échange commercial ait lieu.

Société française d'envergure mondiale, Ingenico est présente dans 140 pays, et réalise un CA de 2,4 Mds €, 10 % en France, 40 % en Europe et 50 % à l'international. Il s'agit ainsi de concevoir des solutions adaptées à cet environnement mondialisé, répliquables pour maximiser notre efficacité industrielle, tout en prenant en compte les habitudes de consommation locales.

### Les modes de transactions commerciales connaissent actuellement de grandes évolutions avec les solutions de dématérialisation de paiement.

#### Pouvez-vous nous en dire plus ?

La relation commerciale a drastiquement évolué depuis 10 ans avec de nouvelles façons de consommer, notamment en raison du e-commerce. Les clients consomment aujourd'hui en magasins, sur internet, ou combinent les deux et veulent profiter d'offres de services personnalisés via des systèmes de fidélité évolués. Ils souhaitent également utiliser de nouvelles méthodes de paiement comme leur téléphone

et les codes-barres. Nous avons adapté nos offres pour suivre ces nouveaux comportements d'achat. En plus de nos terminaux traditionnels, nous proposons désormais à nos clients tout un écosystème de solutions pour gérer des parcours d'achat plus complexes. Nos solutions sont désormais connectées aux outils de vente des marchands et à leurs systèmes de fidélisations, ce qui permet un pilotage plus fin de leurs métiers. L'intégration de nos solutions avec des solutions tiers nous oblige à faire évoluer nos organisations et nos compétences pour rester à la pointe de l'innovation en travaillant notamment de manière encore plus étroite avec des partenaires et des start-ups.

### Face à ce contexte, quels sont les grands enjeux auxquels vous faites face ?

Dans ce cadre, la mission de la Direction marketing est donc d'intégrer ces changements pour que les solutions proposées aux marchands soient toujours alignées à leurs besoins business, et conçues de façon à s'adapter facilement aux évolutions à venir, tant au niveau des habitudes de consommation que des changements réglementaires et sécuritaires. Identifier les tendances de demain et les nouvelles manières de payer est une activité quotidienne. Travailler avec les bons partenaires est stratégique.

### Quel est votre rapport à l'industrie de la FinTech dans le cadre de la transformation des moyens de paiements online et mobile ?

La capacité d'innovation et l'agilité de la FinTech en fait un partenaire essentiel pour enrichir notre



EN PLUS DE NOS TERMINAUX TRADITIONNELS, NOUS PROPOSONS DÉSORMAIS À NOS CLIENTS TOUT UN ÉCOSYSTÈME DE SOLUTIONS POUR GÉRER DES PARCOURS D'ACHAT PLUS COMPLEXES.

business model sur un mode plus industriel, et cela à travers différentes stratégies.

La fusion acquisition en est une, afin d'acquérir les compétences et les écosystèmes associés à la structure achetée sans perdre de son agilité, comme c'est le cas avec la récente acquisition de Bambora, spécialiste des services de paiement. Les structures sont intégrées sous un modèle incubateur, en veillant à ce que les ressources clés de l'entreprise restent dans la sphère Ingenico. Le partenariat avec des entreprises ayant mis en place des solutions innovantes est une autre stratégie, visant à créer des business model croisés, pour créer plus de valeur conjointement que séparément et bénéficier des forces respectives.

Enfin, nous monitorons également les innovations et brevets de la FinTech afin d'acquérir les nouvelles compétences et technologies requises pour enrichir le développement de nos offres : solutions entourant le paiement, comme le data management, le reporting, et le cloud, solutions de sécurisation des moyens de paiement et solutions de fidélisation du parcours client, les grands enjeux de demain.

#### **Quelques mots sur la sécurisation des transactions ?**

C'est bien évidemment une priorité. Au-delà des moyens traditionnels (code à 4 chiffres), se développent aujourd'hui des solutions de sécurisation et authentification biométriques et multidimen-

sionnelles, faisant appel simultanément à la sécurité sur la carte, le cloud, la localisation du porteur, l'identification du marchand, etc. Nous cherchons en permanence à intégrer ces nouveautés pour être toujours à la pointe de la technologie sécuritaire.

#### **Qu'en est-il des enjeux du data management ?**

Le nombre de consommateurs étant limité, il est important de mieux les connaître pour mieux les servir. Si la transaction de paiement devient une source de données pour améliorer la relation client, sans pour autant divulguer des informations confidentielles, cela garantit aux marchands un meilleur suivi des consommateurs, quel que soit le parcours d'achat. Il s'agit donc de recueillir et agglomérer ces données, les analyser pour faire un reporting de qualité permettant de mieux comprendre les habitudes des consommateurs pour mieux s'y adapter. Le paiement électronique favorise la traçabilité des échanges donc le suivi des consommateurs pour son propre bénéfice puisqu'il accède ainsi à plus de services, s'il en fait le choix.

#### **En quoi les ingénieurs des grandes écoles françaises peuvent-ils contribuer à vos stratégies de croissance ?**

Il est capital pour nous d'être proche du monde étudiant, car il fourmille d'idées porteuses. Nous participons ainsi à des programmes de formation

grâce à nos doctorants chargés de cours et avons des participations dans des start-up travaillant avec les grandes écoles. Nous cherchons également à recruter les jeunes talents en participant à de nombreux forums afin de présenter Ingenico comme une cible potentielle de recherche d'emploi, un acteur français de la FinTech très puissant au niveau international. Plusieurs doctorants avec des profils types Polytechnique travaillent chez Ingenico sur des sujets de R&D très avancés afin de définir des briques technologiques très pointues qui permettront de réaliser une vraie avancée au moment de leur intégration. Chez nous, les perspectives de carrières évolutives et enrichissantes ne manquent pas ! ■