

## Grandes enseignes et acquéreurs monétiques, un couple condamné à dépasser ses frontières

VINCENT LENGLET ([HTTP://WWW.LESECHOS.FR/IDEES-DEBATS/CERCLE/AUTEURS/INDEX.PHP?ID=64783](http://WWW.LESECHOS.FR/IDEES-DEBATS/CERCLE/AUTEURS/INDEX.PHP?ID=64783)) / Product Marketing Manager, Monext | Le 15/11 à 10:51

**Les acquéreurs ont vu leurs marges réduites de moitié en moins de vingt ans. Pour survivre, ils se sont beaucoup consolidés : fusion/acquisition, multiplication des partenariats régionaux ou locaux, centralisation continentale, voire mondiale.**

Et, comme pour les grands commerçants, la croissance se joue aujourd'hui à l'export, a minima au niveau régional (Europe du Sud, Europe Centrale, etc.), voire au niveau mondial. Et pour ce faire, ils doivent proposer une acquisition centralisée. Mais quels sont les freins et accélérateurs de cette tendance ? Qu'en attendent les grands commerçants ? Explications.

### Les facteurs favorisants

Même si certains acteurs ne l'ont pas attendue pour initier leur stratégie de centralisation, la nouvelle réglementation sur les taux d'interchange est déjà considérée comme point-clé de décision par les directions financières des grandes enseignes, désireuses d'enclencher la rationalisation de leur pool d'acquéreurs européens. C'est donc naturellement qu'elles se tournent vers les acteurs de l'acquisition les plus aptes à les accompagner dans cette centralisation de flux, principalement Visa et MasterCard, afin de tirer parti au mieux des plafonds offerts.

C'est que, hormis quelques pays, il est désormais plus avantageux d'acquérir une carte co-badgée sur le schéma international, plutôt que sur le schéma domestique. C'est là l'une des articulations majeures du gain d'échelle dont espèrent bénéficier les enseignes. En contrepartie de MSC (Merchant Service Charge) âprement négocié, elles sauront garantir plus de volume aux acquéreurs élus, d'où l'importance de ce positionnement.

Autre point majeur de favorisation : la standardisation normative des canaux d'acquisition. Si le canal e-commerce ne pose pas de challenge technique, il n'en est pas de même pour le "card present" où il est question de téléparamétrer des terminaux, de gérer des modes d'autorisations et de captures qui varient d'un pays à l'autre, sans compter les aspects sécuritaires liés au Chip & PIN. Cerise sur le gâteau, certains marchés imposent de s'adapter à un protocole local, généralement issu des spécifications du schéma domestique.

Si le standard EPAS apparaît comme la solution miracle, résolvant sur le papier toutes ces problématiques, encore faut-il qu'un **quorum** ([http://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition\\_quorum.html#xtor=SEC-3168](http://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_quorum.html#xtor=SEC-3168)) significatif d'acteurs de l'écosystème l'adopte. De ce point de vue, le groupement Nexo est remarquable par la complétude et la qualité de ses membres : acquéreurs, schémas, processeurs, éditeurs, constructeurs de terminaux, laboratoires de certification, etc. Parce que ce genre d'effort collectif est aussi porté par l'enthousiasme et la détermination de grands commerçants, il mènera sans nul doute à une généralisation à terme de la norme, favorisant ainsi la mise en oeuvre technique de l'acquisition centralisée.

### Les freins

Il est un revers de médaille à l'acquisition centralisée qu'il ne faudrait toutefois pas occulter, à savoir le besoin local. Il peut s'agir de spécificités métier (comme un moyen de paiement domestique, un titre restaurant dématérialisé, ou encore un usage propre à une culture), ou tout simplement d'une exigence de support (intervention sur site, langue). Ce dont il est question, c'est la capacité de l'acquéreur à offrir une proximité, au sein d'un service centralisé transfrontalier.

Divers modèles existent, du tout domestique (on s'appuie sur une unité locale pour délivrer la valeur, mais on perd alors tout l'intérêt du levier sur les volumes), au tout centralisé. La mixité pragmatique semble indiquée, incluant une approche pays par pays, le cas échéant en s'appuyant sur un partenaire local, notamment pour les aspects techniques liés aux terminaux et aux conversions protocolaires récalcitrantes.

Autre point de difficulté qui attendra l'acquéreur désireux de se lancer dans l'aventure de l'acquisition transfrontalière : les régulations nationales, qu'il s'agisse de lutte anti-blanchiment (point primordial, notamment au moment d'établir le KYC d'un nouveau commerçant), de comptabilité, ou encore de fiscalité, dont on sait l'hétérogénéité au sein de l'Europe.

### **La donnée, une vraie proposition de valeur pour les enseignes**

Au-delà des flux monétiques, la donnée est une brique sur laquelle l'acquéreur doit bâtir une vraie proposition de valeur pour les enseignes. Le reporting offert doit, par exemple, couvrir les aspects financiers, statistiques, techniques, et savoir adresser toutes les strates de l'enseigne, du responsable de point de vente à la direction financière, en passant par la direction marketing et la relation client. En termes de lutte contre la fraude, savoir tirer parti de la centralisation et de la réconciliation des canaux est aussi indispensable.

Pour conclure, une acquisition centralisée, lorsqu'elle est subordonnée à une offre de **cash management** ([http://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition\\_gestion-de-tresorerie.html#xtor=SEC-3168](http://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_gestion-de-tresorerie.html#xtor=SEC-3168)) performante, devient redoutablement efficace en termes d'optimisation, surtout pour des sociétés dont les flux d'encaissement par carte bancaire sont importants. Valoriser une approche one-stop shop, voilà en somme la clé de la différenciation.

Vous aussi, **partagez vos idées** avec les lecteurs des Echos

**[JE CONTRIBUE \(HTTP://LECERCLE.LESECHOS.FR/CONTRIBUTION\)](http://lecercle.lesechos.fr/contribution)**

(javascript:void(0);) (javascript:void(0);)

