

DSP 2 : Risques ou opportunités ?

Les impacts commerciaux et opérationnels de l'accès aux comptes

Cyril Dougier | Head of Business Development
c.dougier@mybank.eu

DSP2 : quel impact, sur quel périmètre ?

Réglementaire

Infrastructure

Organisation
de la chaîne
de valeur du
paiement

Expérience
client

Valeur du
paiement

Rôle des
banques

L'accès aux comptes ? Déjà une réalité

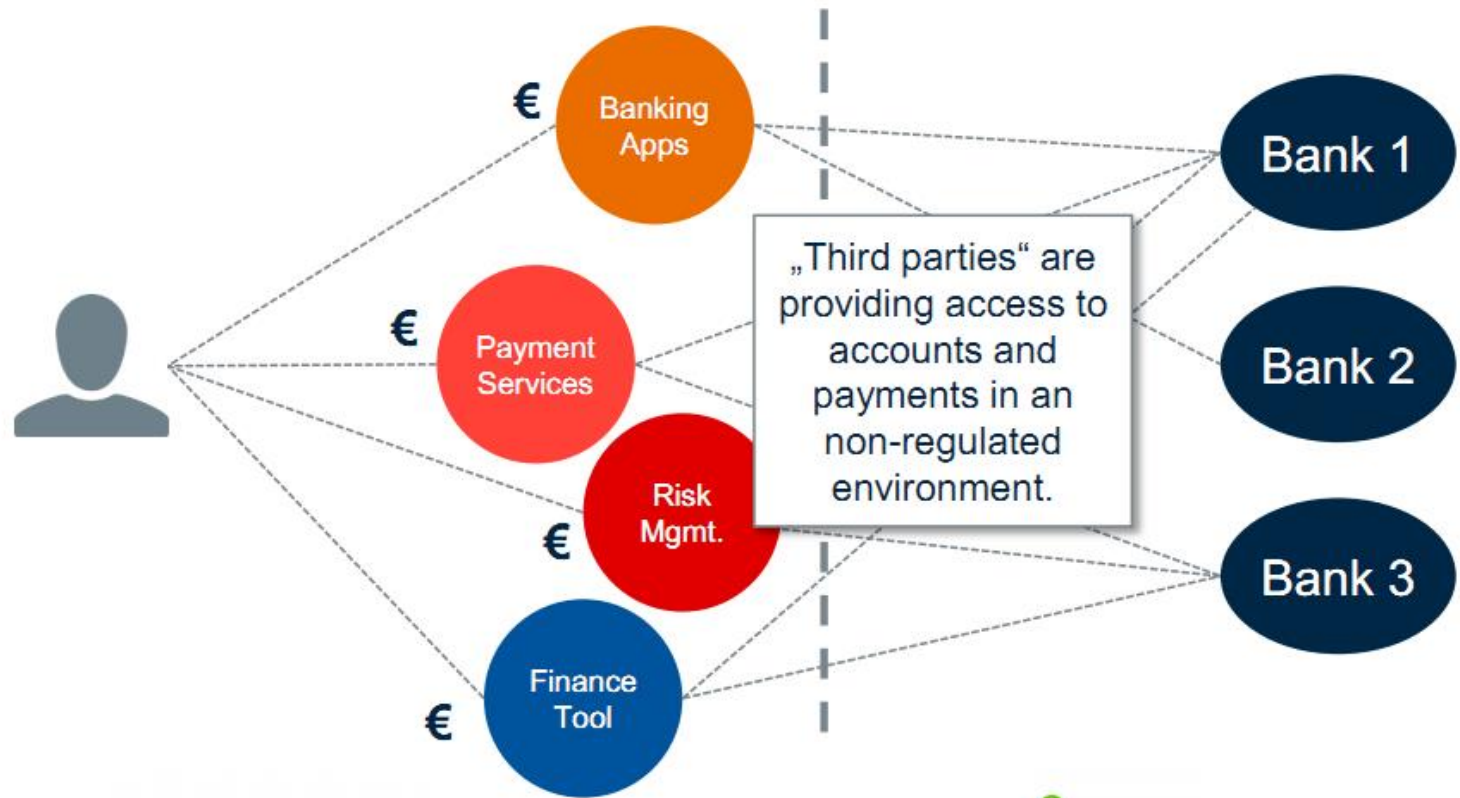
Initiation de paiements
Paiement par virement en ligne

Informations sur le compte
Agrégation de comptes

Le rôle de la DSP2

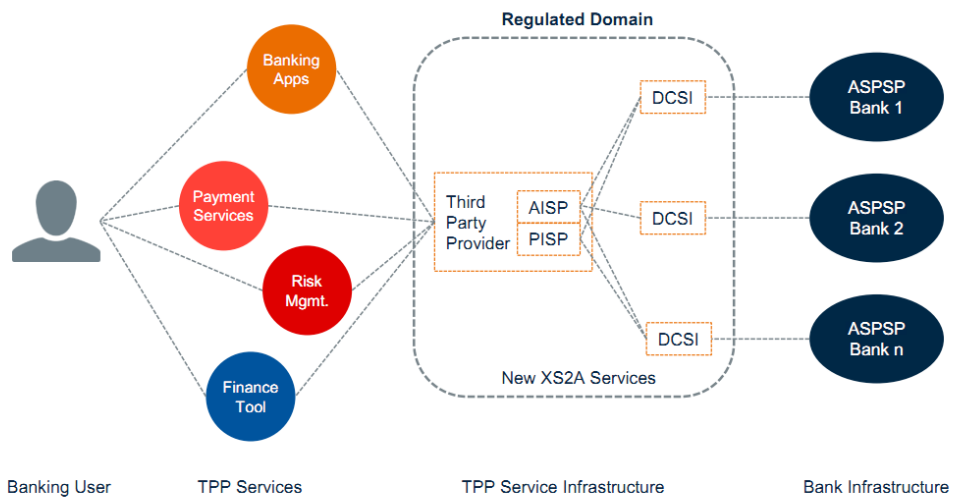
Organiser

Réguler



Source : Wirecard

Une nouvelle organisation de la chaîne de valeur et de la relation client



Source : Wirecard

Initiation du paiement : de nouvelles expériences clients

Paiement par virement en ligne ou sur mobile

Confirmation du paiement en temps réel

Sans enregistrement
Sans donner d'information au marchand

Redirection :
Validation du paiement au sein de l'environnement bancaire

Interfaçage / Scrapping :
Un tiers collecte les codes d'accès au compte pour valider le paiement au nom du client



La création de valeur ajoutée

Interface client
Vers plus d'innovation

Multi canal

Intégration
De l'information
De nouveaux services

Rationalisation du processus de paiement

Pas de carte
Pas de wallet

Lutte contre la fraude

LAB / LAT

Accès au paiement en ligne pour de nouveaux secteurs d'activité

B2B

Paiements de grand
montant

Paiements à risque



▲ E-commerce B to B en Europe

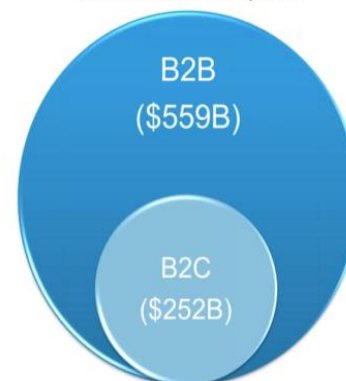
% des entreprises ayant effectué des achats en ligne en 2013

Danemark	78%
Autriche	60%
Royaume-Uni	60%
Pays-Bas	52%
Allemagne	48%
Finlande	47%
Norvège	47%
Italie	42%
Suède	41%
UE (28 pays)	37%
Espagne	22%
Belgique	21%
Pologne	21%
Grèce	20%
France	20%
Roumanie	20%
Portugal	18%

[source : Eurostat 2013, toutes les entreprises, sauf secteur financier (10 personnes employées ou plus)]

B2B Over Twice the Size of B2C

Forecasted revenue by 2013



Source: Forrester Research US Online Retail Forecast, 2011 To 2016, Key Trends in B2B eCommerce for 2013

Les défis de l'industrie aérienne

Fraude : 1% to 2% du CA en ligne

Refus d'autorisation dans le cadre de la gestion de la fraude: 3,4% du CA en ligne

Délai incompressible entre la commande et la livraison du billet : 7 à 10 jours (hors paiement carte)

Paiements différés

Maîtrise du remboursement



Paiement depuis un compte

Faible risque de fraude

Confirmation en temps réel du paiement

Pas de plafond de dépense

Remboursements automatisés

Paiement à D+1



“Les solutions comme Ideal sont nos moyens de paiement préférés” Air France

Le rôle des banques

Défensif :
Être conforme

Agressif :
devenir AI PSP ou PI
PSP

Opportuniste :
devenir tiers de
confiance

MyBank

Faire de la banque le tiers de confiance de la vie digitale

Un partenariat avec les
banques

Une expérience au sein
de l'environnement
bancaire

Authentification forte et
validation des KYC

MyBank : création de valeur à partir des atouts des banques Infrastructure / Confiance

Ouverture du paiement
en ligne à de nouveaux
acteurs

Baisse des coûts de la
fraude et opérationnels

De nouveaux revenus:
Vente croisée
Vente de nouveaux
services : validation de
mandat, E-ID...

MyBank : un exemple de création de valeur MERCEDES

Digitalisation du
processus de
commande et de
paiement

Réduction de la fraude,
des coûts de back office
et des stocks

Réduction des délais de
livraison.
Satisfaction client



Merci

For more information

www.mybank.eu