

pay



Le magazine de SIX, spécialisé en trafic des paiements — #1 — 2021

Révolution numérique dans le Banking — «Future Talk» avec Sunnie Groeneveld — En visite chez On — Passage du trafic des paiements aux adresses structurées

EN VISITE CHEZ

Dis-moi comment tu paies,
je te dirai
d'où tu viens

12



FUTURE TALK

L'entrepreneure Sunnie Groeneveld souhaite une app unique pour son trafic des paiements.

07



SECTIONS

03 Sujet phare

09 Valeurs

15 Experts Only

23 Panorama

GLOBAL PERSPECTIVES

Des paiements transfrontaliers plus efficaces: la feuille de route de SWIFT, la procédure «SEPA Request-to-Pay» de l'EPC et les éléments constitutifs du G20.

20

HEARTBEAT

Mais à quel point l'impact de la COVID-19 sur les comportements de consommation et de paiement en Suisse est-il vraiment radical?

10

Editrice SIX Group SA, case postale, 8021 Zurich, Suisse, six-group.com/pay, pay@six-group.com Conseil Samuel Ackermann, PostFinance; Daniel Berger, SIX; Boris Brunner, direction, SIX; Susanne Eis, SECB; Pierre-Michel Gicot, BCV; Dieter Goerdten, SIX; Susanne Höhener, Liechtensteinischer Bankenverband; Daniela Hux-Brauss, Credit Suisse SA; Raphael Reinke, BNS; Peter Ruoss, UBS Switzerland AG Auteurs Martin Walder (p. 15-16), Peter Ruoss (p. 18-19), Peter Ruoss et Matthias Biehl, UBS (p. 16-18), Raphael Reinke, BNS; Roger Inderbitzin, SWIFT; Etienne Goosse, EPC (p. 20-22) Rédaction Gabriel Juri, direction, SIX; Nino Thommen, SIX Mise en page MADE Identity AG, Zurich, Suisse Impression sprüngli druck ag, Villmergen, Suisse Traductions Mark Rabinowitz, Translation Service Team, SIX (anglais); Denis Fournier (français) Crédits photo Ornella Cacace (Cover, p. 2, 4, 12-14), Jairph (p. 3), Dino Reichmuth (p. 5), Fathih Latheef (p. 6), Tobias Siebrecht (p. 8-9), Alex Vasey (p. 21), Herwig Vergult (p. 22) Illustrations Gregory Gibert-Lodge





Les modèles commerciaux numériques révolutionnent le Banking

TEXTE
DIETER GOERDTEN

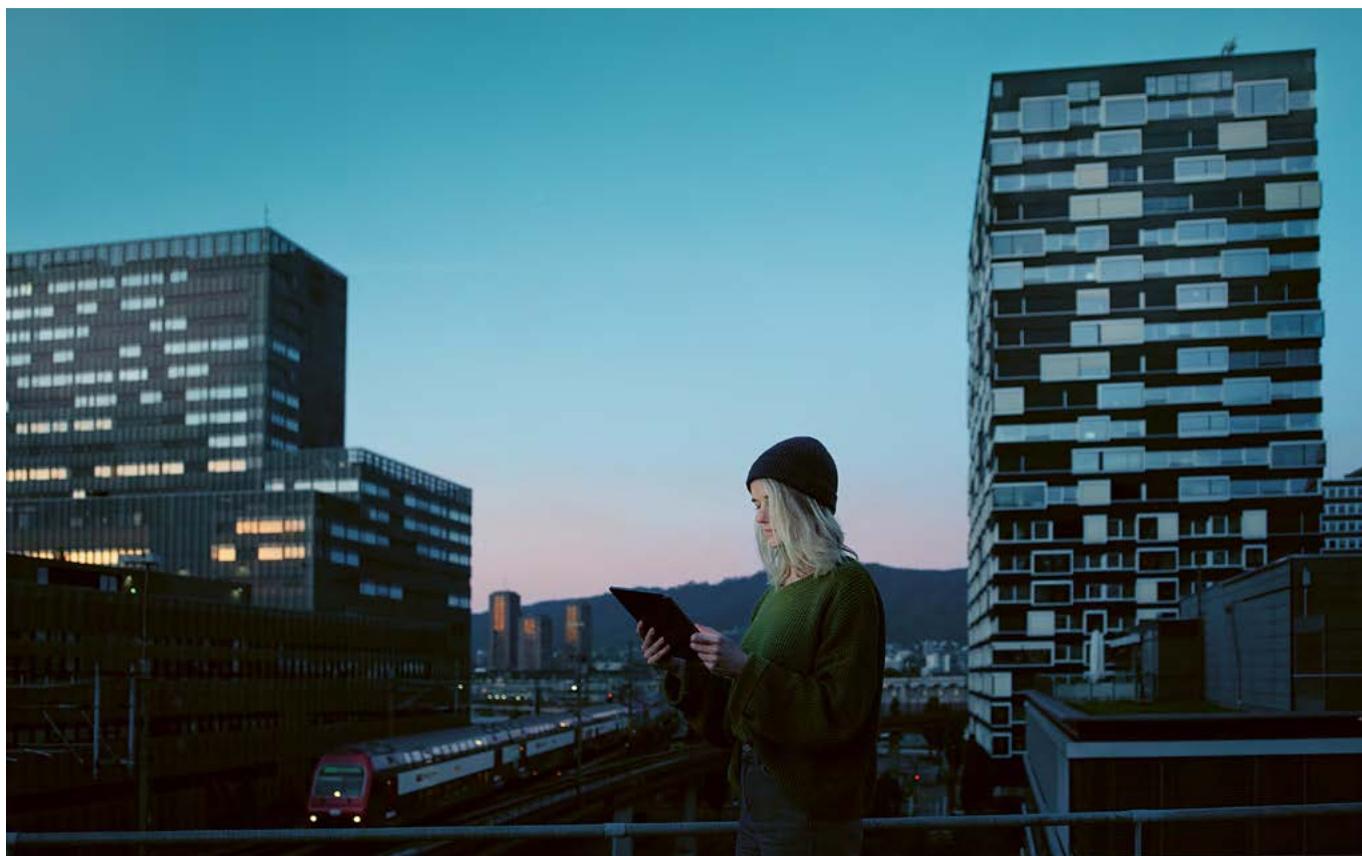
es dernières années, on parle souvent de la «révolution numérique dans le Banking». Le mot «révolution» a une connotation passionnante. D'autres branches font entendre la voix de gagnants parvenus à la gloire, à la richesse et au pouvoir grâce à un mélange d'idées courageuses, de persévérance et

d'intelligence. Rockefeller, Bill Gates, Steve Jobs, Jeff Bezos et plus récemment Elon Musk. La montée de marques, que personne ne connaissait il y a 20 ans, est inextricablement liée à cette évolution: Apple, Amazon, Tesla. Bien sûr, il y a aussi des histoires de perdants – le «moment Kodak» a même réussi à passer dans le langage courant. Ces derniers parlent souvent de changement qui a été commencé trop tard, voire pas du tout. Quelle est donc cette révolution qui se déroule actuellement dans le Banking et qui seront les gagnants et les perdants?

Pour les banques de détail suisses, la situation est tout d'abord claire: la succursale a longtemps été le point d'accès

essentiel pour les clients. Ceux-ci ont payé un prix permettant aux banques de coexister relativement sans souci sous la protection des frontières suisses. Aujourd'hui, les clients veulent effectuer leurs opérations financières sous forme numérique et possèdent un smartphone. Cela leur permet de s'inscrire auprès de fournisseurs de services financiers au-delà des frontières en moins de cinq minutes et de bénéficier de services. Et ce n'est pas tout: Apple, Samsung, Revolut et C^{ie} sont actifs en Suisse – et beaucoup d'autres leur emboîteront le pas.

Pourquoi cela devrait-il nous impressionner? Ces entreprises ont des plateformes susceptibles de générer au-delà des frontières nationales des économies d'échelle qui n'existent tout simplement pas en Suisse. En d'autres termes, ils disposent d'énormes avantages en matière de coûts. Mais plus important encore, ils ont grandi sur le plan numérique. C'est pourquoi ils ont réussi, à l'image de Henry Ford, non pas à atteler des chevaux plus rapides devant la calèche, mais à construire d'emblée de vraies voitures. Les clients apprécient cela, surtout les jeunes: les offres sont disponibles sur smartphone et utilisables intuitivement. Les points d'accès pour les clients se déplacent ainsi vers des tiers – les banques deviennent des «Account Providers», des fournisseurs d'infrastructures hautement réglemen-



«Banking as a service» a le vent en poupe. Il s'agit pour les banques suisses d'adapter leurs infrastructures et leurs processus et, avant tout, de concevoir des stratégies appropriées à cet effet et de réaliser les investissements nécessaires. Car tôt ou tard, les non-banques offriront également aux clients des produits financiers numériques intégrés en toute transparence.

tées permettant de conserver l'argent en toute sécurité. On a toujours le sentiment que les choses sont bien protégées dans un coffre-fort. Est-ce vraiment le cas?

Prises électriques pour le Banking

Une autre évolution est en cours: l'«API-fication». Les API sont des interfaces entre les programmes. Si elles doivent être réutilisées fréquemment, elles utilisent une «norme ouverte». Les prises électriques sont un exemple de telles normes: les spécifications techniques sont accessibles au public et les dimensions sont toujours les mêmes. Les API – des «prises numériques» – ouvrent de nouvelles possibilités de connexion. Google Maps est maintenant intégré à presque tous les sites Internet – par API. Les banques peuvent, elles aussi, obtenir ainsi les services de tiers. Par exemple, il existe des fournisseurs de procédures numériques d'identification des clients ou d'authentification des documents. La banque n'a donc plus à les créer elle-même: il lui suffit de les utiliser «as a service» via une API.

Mais attention: cela fonctionne aussi dans l'autre sens! Prenons par exemple un grand détaillant. A l'avenir, il veut également proposer des comptes à ses

clients. Le paiement des achats, les crédits à tempérament et la participation au programme de bonus doivent ainsi être facilités. Ce commerçant va-t-il créer une banque et acquérir une licence FINMA? Non. Au lieu de cela, il cherche un «Account Provider» qui lui fournit ces prestations «as a service», via des API. Désormais, certaines néobanques européennes offrent de telles prestations exclusivement aux non-banques – aux détaillants, aux concessionnaires automobiles, aux compagnies d'assurance et aux caisses-maladie. «Banking as a service» devient un modèle commercial.

Ainsi, c'est un bastion qui tombe: le compte quitte le coffre-fort imaginaire, fait partie de la chaîne de services d'un tiers et arrive généralement sous la marque de ce dernier jusqu'au client final. L'«Account Provider» se met en retrait; la marque de la banque disparaît du champ de vision des clients finaux.

De la musique d'avenir? Non, c'est déjà le cas. En Allemagne, on peut maintenant acheter des smartphones Samsung sur lesquels une app de Banking est préinstallée. Samsung travaille avec la société Solarisbank. Cette dernière fournit des comptes bancaires Samsung «as a ser-

vice»; l'ouverture prend moins de cinq minutes – et il est ensuite immédiatement possible de payer avec Samsung Pay. Outre les comptes, les entreprises intéressées trouvent désormais tout un univers de prestations pour élargir leur offre: demandes de renseignements sur la solvabilité, crédits à tempérament, programmes de fidélité, archivage de reçus – on peut tout obtenir «as a service» et l'inclure dans sa propre offre numérique. Et ce, de manière numérique et directe, sans formulaire de demande séparé pour les clients finaux!

Et où en sont les banques suisses? Ces dernières années, de nombreuses évolutions pionnières ont été initiées. L'introduction complète de la norme ISO 20022 a été le point de départ de consolidations et d'une poussée de numérisation. Rien qu'en 2020, le bilan est impressionnant: consolidation des plates-formes suisses de compensation et de règlement et pour eBill, lancement réussi de la QR-facture, passage de 6000 appareils Bancomat à un logiciel d'exploitation unifié. En outre,

bLink, la plate-forme API de SIX, est entrée en service avec les premiers cas d'utilisation et TWINT a rallié plus de trois millions d'utilisateurs à l'automne. Enfin, les paiements instantanés seront introduits dans les années à venir. Il est clair que le changement structurel s'accélère, mais est-ce déjà la révolution numérique? Et peut-on reconnaître les gagnants et les perdants?

Swish à la mode suisse?

Des jugements définitifs sont de toute évidence prématurés. Mais il semble maintenant possible de prédire quels terrains devront être occupés. L'un d'entre eux est le leadership de la marque dans les cas d'utilisation importants, comme l'a réussi TWINT pour les paiements interpersonnels. Il en va différemment pour les processus de facturation: aujourd'hui, on trouve en Suisse différents codes QR, deux systèmes de prélèvement automatique, des factures par e-mail et l'eBill numérique, et de nouveaux concepts basés sur les prélèvements



Un changement structurel accéléré est clairement visible dans le banking, mais est-ce déjà la révolution numérique?

sont en développement. Les utilisateurs sont confrontés à un large éventail de points d'accès et de procédures, chacun couvrant une niche. Les défis techniques liés à l'intégration de ces procédures – par exemple, eBill dans TWINT – sont gérables. Toutefois, rallier une majorité de Suisses à l'aide d'une procédure numérique unique et simple revient pour l'instant à chercher la quadrature du cercle. Les pays scandinaves ont montré ce qu'il est possible de faire: l'app de paiement mobile Swish y est utilisée par plus de 70% de la population.

Un deuxième terrain sera la cohérence et la rapidité avec laquelle les banques réalisent l'«API-fication». Tout d'abord, il s'agit d'intégrer les prestations de tiers «as a service». Cela peut permettre aux banques d'économiser des ressources pour leurs propres créations et de fournir des solutions plus modernes. Toutefois, il convient de les intégrer dans les processus et technologies de l'information des banques. Mais il s'agit avant tout de concevoir des stratégies pour le monde du «Banking as a service» et de trouver des ressources pour les investissements nécessaires. En effet, ce ne devrait plus être qu'une question de temps avant que les non-banques n'offrent en Suisse des produits financiers numériques parfaitement intégrés à leurs clients finaux.

Dans ce changement structurel, SIX apporte son soutien aux banques,

d'abord en leur permettant d'économiser par des centralisations. Ainsi, une plateforme centrale devrait réduire les coûts élevés d'introduction des paiements instantanés d'ici 2024 et les rendre également supportables pour les établissements de plus petite taille. Parmi les autres nouveautés de SIX, on trouve des offres complètes dans des domaines aussi divers que l'exploitation des Bancomat ou les services téléphoniques complets pour l'utilisation de cartes de débit. Mais SIX renforce également la relation entre les banques et leurs clients finaux, par exemple grâce à l'app debiX pour l'utilisation des nouvelles cartes de débit, qui peuvent être offertes sous la marque des banques. En outre, la procédure eBill des banques suisses devrait devenir la marque leader incontestée dans le domaine des factures numériques. Enfin, avec bLink, SIX propose désormais une plateforme API performante dotée d'un cadre contractuel mature. Elle présente de grands avantages pour la future mise en réseau des banques entre elles et l'échange de données avec des tiers.

La révolution numérique n'en est donc qu'à ses débuts. Les paris sur les gagnants sont encore ouverts. 🌅





La fondatrice de startup Sunnie Groeneveld parle de la transformation numérique.

En tant que jeune entrepreneure et conférencière, vous êtes passionnée depuis des années pour la numérisation en Suisse. Quel est votre objectif? Aujourd'hui, notre quotidien est de plus en plus influencé par de nouvelles technologies numériques. Libre à chacun de nous de choisir: façonnons-nous cette transformation ou agissons-nous de manière réactive? En tant qu'entrepreneure, je suis favorable à ce que nous nous attaquions également à la transformation numérique de l'économie, de la société et de la politique en Suisse. Nous devons tirer parti des possibilités offertes par le progrès numérique pour continuer à faire partie des économies les plus innovantes au monde.

A quelle étape de la transformation numérique la place financière suisse est-elle ?

Je pense que tout le monde est très conscient de l'importance du sujet. En outre, les conditions-cadres réglementaires régnant en Suisse pour l'innovation dans le domaine de la blockchain et des cryptomonnaies sont très bonnes par rapport à la situation internationale. Toutefois, le tout projeté sur l'ensemble de la place financière, nous sommes encore clairement au début de la transformation

numérique. Bien sûr, il existe quelques produits et services numériques prometteurs comme eBill, TWINT ou l'ouverture de compte numérique dans diverses banques. Mais aucune de ces innovations financières n'a réussi à se développer au-delà du marché suisse. Les fintechs réussies comme PayPal, N26, Revolut, Square, Stripe et Klarna ont été créées en dehors de la Suisse, mais ont entre-temps conquis de nombreux clients suisses. Ceci parce que l'offre numérique est convaincante en termes d'expérience utilisateur et de rapport qualité-prix.

S'il y avait une expérience numérique du client dans le domaine du trafic des paiements d'une PME, à quoi ressemblerait-elle?

Pour le trafic des paiements effectués dans mon cabinet de conseil Inspire 925, je souhaite une app unique. Une avec laquelle nous ne devrions photographier la facture qu'une seule fois, afin de pouvoir la transmettre automatiquement à l'e-banking pour le paiement et en même temps dans notre programme comptable. Si je n'avais besoin que de trois secondes pour payer et classer une facture, ce serait une meilleure expérience client qu'aujourd'hui. En effet, pour l'instant, un membre de notre

«Je souhaiterais une plus grande harmonisation encore en ce qui concerne le paiement de factures.»

équipe enregistre les factures en partie encore manuellement dans l'e-banking, puis les scanne et envoie le scan à la comptabilité.

Quelle est votre recette pour plus d'innovation numérique à l'interface client-banque?

Penser d'abord «numérique». Une grande partie du portefeuille de produits et de services a été développée il y a longtemps par les banques en supposant qu'elles peuvent accueillir le client une ou plusieurs fois sur place dans une succursale et lui expliquer personnellement un produit. Beaucoup de ces produits existent aujourd'hui encore, mais les banques ont tenté – souvent tant bien que mal – de les «transposer» numériquement point par point.

Comment vos besoins personnels sont-ils couverts lors du paiement? Où êtes-vous satisfaite, où voyez-vous de la marge vers le haut?

Je gère mes finances par l'intermédiaire de deux apps mobiles, l'une d'une banque suisse, l'autre d'une néo-banque étrangère. Tout cela fonctionne parfaitement. Je souhaiterais une plus grande harmonisation en ce qui concerne le paiement des factures. Il arrive régulièrement que je doive encore saisir des factures manuellement dans l'e-banking, malgré l'eBill. L'intégration de services pourrait également aller plus loin. Par exemple, je trouverais utile une app permettant de combiner mes comptes de différentes banques via une interface API dans une vue centralisée. 🙏

68

Ces «perles dorées comme le soleil» (Homère) sont aujourd'hui encore une matière première particulièrement prisée. En raison de sa valeur, l'ambre servait aussi, aux V^e et VI^e siècles, de moyen de paiement légal dans la région de la Baltique actuelle. Le plus grand fragment jamais trouvé pesait 68 kilogrammes.

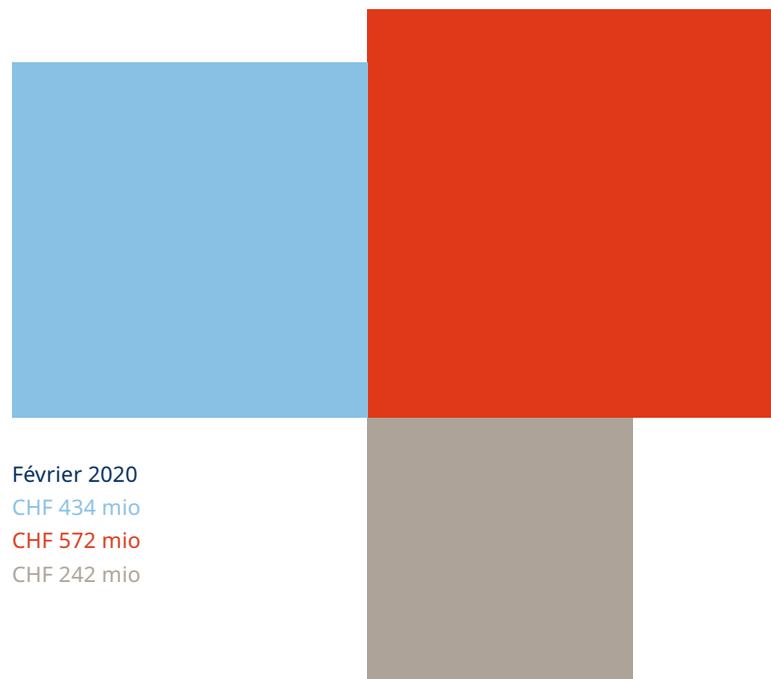


Le coronavirus frappe le monde, et avec lui la Suisse. Mais quelles sont réellement les répercussions du confinement sur les comportements de consommation et de paiement? Une comparaison directe entre l'ancienne normalité et la pandémie.

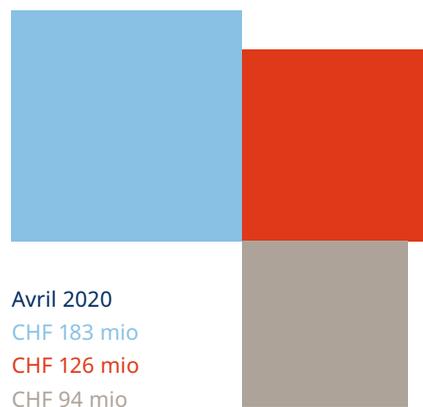
Chiffres d'affaires dans le commerce de détail non alimentaire

- Agglomérations
- Centre-ville
- En dehors

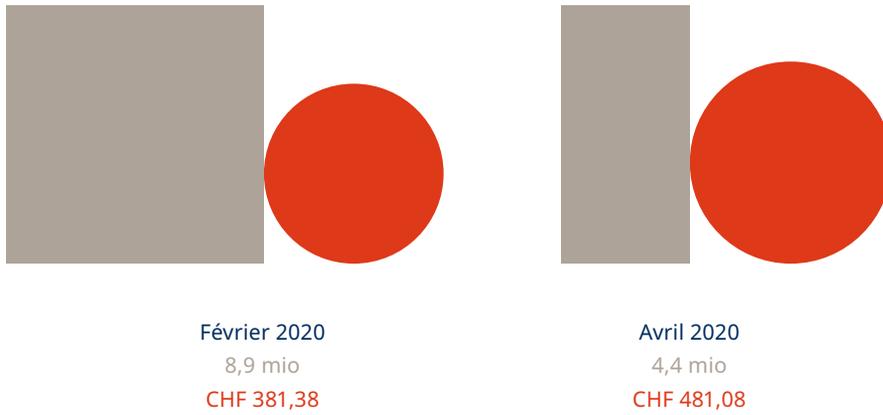
Commerçants commerce de détail sans alimentation, boissons et tabac titulaires de cartes Suisse et étranger moyens de paiement cartes de débit et de crédit, paiements mobiles point de vente fixe et en ligne



Février 2020
 CHF 434 mio
 CHF 572 mio
 CHF 242 mio



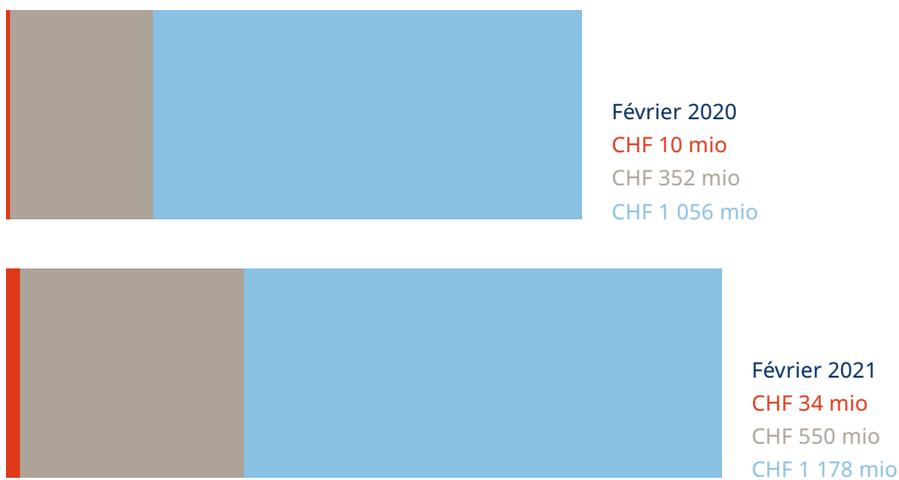
Avril 2020
 CHF 183 mio
 CHF 126 mio
 CHF 94 mio



Retraits d'argent liquide aux ATM

- Nombre de transactions
- Valeur moyenne par transaction

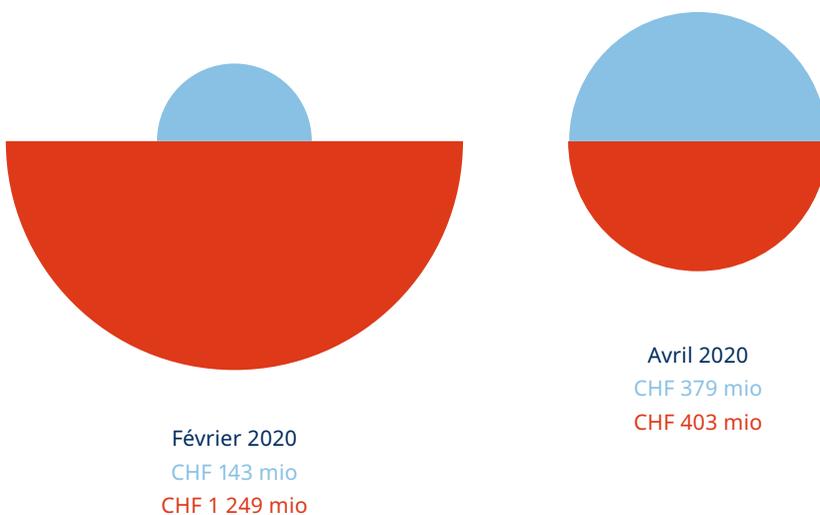
Titulaires de cartes Suisse
 moyens de paiement cartes de débit canal de paiement retrait en espèces



Moyens de paiement dans le commerce de détail alimentaire

- Cartes de crédit
- Paiements mobiles
- Cartes de débit

Commerçants alimentation, boissons et tabac titulaires de cartes Suisse et étranger moyens de paiement cartes de débit et de crédit, paiements mobiles point de vente fixe et en ligne



Distribution dans le commerce de détail non alimentaire

- Distribution en ligne
- Distribution fixe

Commerçants commerce de détail sans alimentation, boissons et tabac titulaires de cartes Suisse et étranger moyens de paiement cartes de débit et de crédit, paiements mobiles, fixe et en ligne

Dis-moi comment tu paies, je te dirai d'où tu viens

TEXTE
SIMON BRUNNER

Les retours à l'expéditeur sont nombreux en Allemagne, on paie par acomptes au Brésil, le chèque domine en Amérique et le commerce électronique chinois est un monde à part. Autour d'un café et de quartiers de pomme, Christoph Kühne, Head of Group Finance d'On, nous donne un aperçu des différentes cultures de paiement qui existent dans le monde et explique son objectif: minimiser le facteur humain dans le trafic des paiements.

Lorsque l'on est élevé au rang d'objet «culte» par le *New York Times*, que *Forbes* parle de la «marque de chaussures de sport à la croissance la plus rapide du monde» et que le journal *Die Welt* se demande, résigné: «Les Suisses viennent-ils à leur tour d'inventer les sneakers?», c'est que l'on a plutôt bien réussi. Le rôle d'outsider est toutefois fermement ancré dans l'ADN d'On, le fabricant d'articles de sport de Zurich-Ouest connu pour ses baskets à semelles alvéolées («Cloud»).

Visite au siège principal. Un immeuble

de bureaux anonyme sans grand logo d'entreprise ni voitures de sport prestigieuses parkées devant pour témoigner du succès global de la jeune entreprise (la plupart des collaborateurs préfèrent de toute façon venir travailler à vélo). Christoph Kühne se présente tout aussi humblement. A 41 ans, Head of Group Finance, il porte un pull-over à capuche, des jeans et des chaussures On, comme presque tout le monde ici – une seule personne chausse des Nike. On se demande immédiatement à qui on a affaire (réponse: à un demandeur d'emploi).

«Nous avons fait l'expérience de nos limites»

Christoph Kühne nous invite dans son coin salon. Sur les tables, nous trouvons des quartiers de pomme et des noix (mais dans un coin, il y a aussi un bar avec des boissons alcoolisées). Tout le bureau est un long boyau ouvert dans le même design minimaliste que les chaussures On. L'âge moyen du personnel est de 33 ans. «Je suis l'un des patriarches ici», rit Christoph Kühne. Actuellement, plus de 800 personnes



Christoph Kühne est Head of Group Finance d'On et collectionneur de baskets. Pourtant, il doit restreindre sa collection à 15 paires.

travaillent chez On. Quand Christoph Kühne a commencé fin 2017, elles n'étaient que 150.

Pour le Head of Group Finance, les douze derniers mois ont été une période exceptionnelle, d'une part parce que Roger Federer a participé à On et que l'entreprise a ainsi connu une nouvelle poussée de croissance. D'autre part parce que la pandémie de COVID a complètement bouleversé les circuits de vente. «Dès que l'un des pays dans lesquels nous opérons

est entré en confinement, raconte-t-il, le marché de la vente au détail a implosé et le commerce électronique a explosé.»

Plusieurs défis se sont alors posés: bien que le commerce en ligne ait enregistré des records de ventes, l'infrastructure numérique a atteint sa limite de capacité. Les grosses commandes des revendeurs spécialisés ont régressé et les commandes individuelles ont augmenté, l'expédition se faisant en plus petites unités. Il y avait une menace permanente de fermeture d'un entrepôt à cause d'une infection, et donc de rupture de la chaîne d'approvisionnement. «Nous avons fait l'expérience de nos limites, déclare Christoph Kühne, mais en fin de compte, nous avons pu réaliser, voire dépasser tous les objectifs de chiffre d'affaires que nous nous étions fixés avant le coronavirus.»

Les tentatives de fraude augmentent

Avec le volume croissant d'affaires en ligne, un autre défi a dû être relevé: «Les tentatives de fraude ont fortement augmenté», selon Christoph Kühne. On a dû intensifier la «détection des fraudes», la difficulté étant de maintenir le processus de paiement aussi simple que possible: «En Suisse, 3-D Secure est largement accepté pour les paiements par carte de crédit, explique Christoph Kühne, mais aux Etats-Unis, les clients s'enfuient dès qu'ils doivent s'authentifier avec un code supplémentaire.»

L'économiste HSG et expert-comptable diplômé s'étonne également des systèmes archaïques du prétendu pays high-tech que sont les Etats-Unis: «Les chèques y sont encore largement utilisés, même s'ils représentent un pur cauchemar du point de vue de l'efficacité, tout comme les reçus sur papier, d'ailleurs.» En tant que détaillant en ligne, il faut maîtriser de telles réalités, car «nous ne saurions éduquer les consommateurs». Le premier objectif d'On est de fournir à ses clients des chaussures aussi simplement, rapidement et confortablement que possible. «Une fois le client chaussé, il y a de grandes chances qu'il recommande une autre paire.»

Paiements par acomptes au Brésil, culture du retour de marchandise en Allemagne

Les Etats-Unis ne sont pas le seul cas particulier. «Au Brésil, on achète des chaus-



sures de sport en plusieurs acomptes», explique Christoph Kühne. En France, c'est la carte bancaire, une carte de paiement locale, qui domine. En Suisse, un nombre étonnamment important de clients veulent régler leurs achats sur facture. «Ils pensent sans doute pouvoir ainsi échanger la marchandise plus facilement, bien que cela fonctionne tout aussi bien quand on paie par carte de crédit», déclare Christoph Kühne.

Les Allemands retournent beaucoup de choses. Christoph Kühne suppose que cette culture s'est établie au travers des catalogues de vente par correspondance traditionnels pendant des décennies, alors que le Suisse moyen «ne commande que s'il est presque sûr de son coup».

La Chine, quant à elle, fonctionne de manière totalement différente, comme l'explique Christoph Kühne: «Il n'y a pas d'achat sur des sites Web d'entreprise, mais sur des plates-formes qui représentent l'offre et règlent la question du paiement dans le même temps.» Quant à savoir si cette forme d'achat numérique s'imposera un jour en Suisse, Christoph Kühne et le Head of Direct-to-Consumer d'On, qui se joint brièvement à la discussion, sont plutôt sceptiques. «Certainement pas au cours des quatre à cinq prochaines années», selon eux.

Les nombreuses différences culturelles provoquent-elles des maux de tête au siège principal? Non. L'infrastructure sys-

tème d'On intègre presque tous les modes de paiement de ce monde. L'objectif de Kühne est de limiter autant que possible l'intervention humaine dans les processus de paiement: «L'avantage d'une jeune entreprise est que nous n'avons pas de système hérité; nous pouvons complètement réorganiser nos systèmes tous les deux ans.»

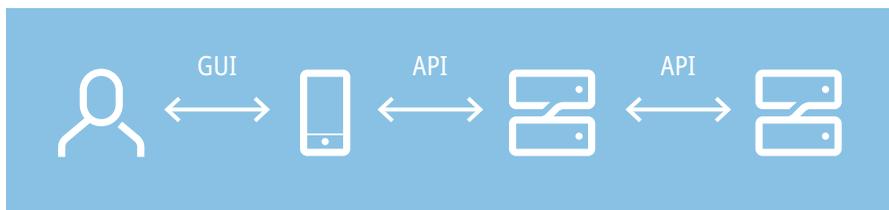
Quota de 15 paires de chaussures

Depuis plus de trois ans, Christoph Kühne travaille chez On et fait donc déjà partie des plus anciens employés. Auparavant, il a œuvré pendant huit ans dans le domaine financier chez SIX. «A l'époque déjà, je portais des chaussures On», déclare cet amateur de baskets, à qui son épouse accorde un quota de 15 paires de chaussures maximum, qu'il gère activement: «J'en ajoute de nouvelles en permanence, et je donne les anciennes à des amis ou à des proches.» Chez SIX, Christoph Kühne était plutôt du genre décontracté, et chez On, il est l'un des rares à apporter une expérience entrepreneuriale. «L'énorme croissance mondiale de l'entreprise exige des structures et des processus. C'est un véritable plaisir que de ne pas avoir à penser en modèles hiérarchiques, en organigrammes et en contrôles, mais plutôt de miser sur la confiance et le sens des responsabilités.» ☺



Le Covid a fait exploser le chiffre d'affaire du commerce électronique.

La galerie de sneakers au siège de l'On à Zurich



fonctionnalités et de la communication au-delà des limites des modules logiciels, mais également une communication au-delà des limites de l'entreprise. Ainsi, les ordinateurs 1 à 3 peuvent être exploités par différentes entreprises.

Pourquoi a-t-on besoin d'API?

Les API sont principalement destinées à l'intégration, c'est-à-dire à la mise en réseau de données, modules, applications et appareils, afin qu'ils puissent mieux communiquer et collaborer. Les API permettent aux produits ou services logiciels de communiquer avec d'autres produits ou services logiciels, quel que soit le langage de programmation, l'infrastructure, l'emplacement ou les limites de l'entreprise utilisés. Les API permettent également l'intégration de nouveaux composants logiciels dans une architecture existante. Grâce à la modularisation, à l'encapsulation et à leur réutilisation, les API permettent d'optimiser le développement de logiciels, et ainsi de gagner du temps et de l'argent.

Les API ouvrent de nouvelles possibilités non seulement dans le développement de logiciels, mais aussi dans l'évolution des affaires et la stratégie d'entreprise. L'accent est mis sur la coopération basée sur les données avec les entreprises partenaires. Par exemple, l'intégration basée sur des API permet aux entreprises de compléter leur propre gamme de produits avec des produits partenaires adaptés ou d'intégrer leurs propres produits dans les canaux de distribution du partenaire de manière efficace. De nouvelles formes de coopération, appelées écosystèmes numériques, sont ainsi créées entre les entreprises.

Disponibilité des API

Une API permet l'utilisation de données non seulement à l'interne de l'entreprise, mais aussi à l'externe, si nécessaire, par les clients et d'autres utilisateurs externes. Une API publique peut avoir une valeur commerciale élevée, car elle simplifie la

Figure 4: Séquence de communication d'un utilisateur sur trois ordinateurs par le biais d'une interface utilisateur graphique et des API

connexion avec les partenaires, crée de nouvelles opportunités et permet ainsi une monétisation des données de l'entreprise. Un exemple d'API client/partenaire externe en Suisse est bLink de SIX. Elle permet aux banques et à leurs clients d'échanger aujourd'hui des ordres de paiement électroniques et des relevés de compte par le biais de leurs logiciels.

Types d'API

Différents types d'API sont utilisés en fonction du domaine d'application:

Les API internes sont utilisées dans le développement professionnel de logiciels pour la modularisation et la structuration de logiciels. Ces API sont créées pour délimiter d'une part les composants et modules logiciels et, d'autre part, pour les connecter de manière contrôlée, ce qui réduit la complexité globale d'un progiciel et facilite la maintenance du logiciel.

Comme la fourniture de fonctions aux utilisateurs via une interface utilisateur graphique, par exemple via une app pour smartphone, ces fonctions et d'autres peuvent être exécutées via une API externe par des ordinateurs et des appareils (voir figure 3). De telles API externes sont par exemple proposées par Amazon, Instagram, les services météorologiques et bien d'autres. Cela permet de traiter des contenus et de développer également des API composites. Un exemple typique est l'envoi de tweets via des applications de bureau, où l'API externe fournie par Twitter est utilisée.

Pour que des applications et des apps puissent être utilisées sur des plateformes telles que Windows, Facebook ou sur smartphone, celles-ci proposent des API de plate-forme pour leur intégration. Cela permet d'installer et d'utiliser des applications, des apps ou des plug-ins tiers sur les plates-formes. Par exemple, une API de plate-forme peut offrir des fonction-

nalités permettant d'intégrer parfaitement l'interface utilisateur d'une application dans celle de la plate-forme. Les API de plate-forme se caractérisent par leur gouvernance, leur standardisation et leur mise à disposition dans un modèle de plate-forme. Les API de plate-forme internes, telles que celle de Windows, simplifient principalement le développement de logiciels, tandis que les API de plate-forme externes permettent la collaboration des entreprises basée sur les données.

Des API de plate-forme externes normalisées sont également créées dans le Banking, comme en Suisse avec la plate-forme bLink. Par exemple, grâce à la normalisation, bLink permet aux fournisseurs de logiciels comptables de centraliser et d'accéder de manière uniforme aux données bancaires de différents établissements financiers. Les API de plate-forme, telles que fournies par bLink, permettent de simplifier l'accès aux données, d'améliorer l'efficacité du marché et de libérer de nouveaux potentiels d'innovation, ce qui profitera au bout du compte aux clients des banques.

Monétisation

L'objectif de la monétisation des API est de générer des rendements à l'aide de ses propres données et services via des API externes. Dans un monde de plus en plus numérisé, les API externes sont la clé de la prochaine étape d'évolution des affaires des entreprises. Dans ce contexte, les API constituent un nouveau canal de distribution puissant et extrêmement efficace. Les tiers peuvent accéder directement aux données et aux ressources de l'entreprise de manière contrôlée ou les intégrer à leurs propres sites Internet et applications externes ou internes. Cependant, pour une stratégie de monétisation réussie, il est impératif de mettre en place un modèle commercial sain garantissant que les API mises à disposition fournissent les fonctions et prestations souhaitées par les clients.



Procédure SRTP: les prochaines étapes

La procédure SEPA Request-to-Pay (SRTP) comprend un ensemble de règles opérationnelles et d'éléments techniques (y compris des messages) qui permettent à un créancier, dans une multitude de cas d'utilisation physique ou en ligne, d'initier un ordre de paiement chez le débiteur. RTP est un message et non un moyen de paiement ou un instrument de paiement. La procédure peut être considérée comme un complément au flux de paiement, car elle soutient le processus de bout en bout et se situe entre une transaction commerciale sous-jacente et le paiement lui-même.

En novembre 2019, le Request-to-Pay-

Multi-Stakeholder Group (RTP MSG) de l'EPC a d'abord publié les spécifications RTP pour le cadre de normalisation, afin de soutenir les travaux ultérieurs sur la procédure RTP. Le RTP MSG a été créé et coordonné par l'European Payments Council (EPC) à l'invitation de l'Euro Retail Payments Board (ERPB).

Ensuite, l'EPC a décidé de créer un groupe de travail ad hoc (RTP TF) chargé d'élaborer un ensemble de règles pour la procédure SEPA RTP, qui est publié sur le site Internet de l'EPC depuis novembre 2020. De plus, le mandat du RTP MSG a été élargi pour permettre au groupe d'exercer pleinement son rôle consultatif auprès du RTP TF («Phase 2»), garantissant ainsi une large participation des parties prenantes au processus de développement de la procédure.

Le 30 novembre 2020, l'EPC a publié la première version de sa procédure SEPA Request-to-Pay (SRTP), qui couvre les fonctions de base. Cet ensemble de règles entre en vigueur le 15 juin 2021. A ce stade, les participants à la procédure SRTP (organisations qui ont officiellement adhéré à la procédure EPC) peuvent lancer leurs solutions basées sur les fonctions SRTP et échanger les messages associés.

Le premier ensemble de règles

L'ensemble de règles SRTP, basé sur le document de spécifications RTP mentionné ci-dessus, se compose d'une série de règles, de pratiques et de normes permettant à tout prestataire de services SEPA RTP éligible de participer à la procédure SRTP et de l'exploiter. Il convient de noter que la procédure SRTP est ouverte à toutes les organisations éligibles – à savoir les prestataires de services de paiement (PSP) et les non-PSP – de tous les pays SEPA, conformément au principe de l'égalité des conditions de concurrence.

Les Implementation Guidelines énonçant les règles de mise en œuvre des normes de message XML ISO 20022 pertinentes, fondées sur l'ensemble de règles SRTP, ont été publiées le 1^{er} février 2021.

La procédure SRTP couvre un large éventail de cas d'utilisation et de modèles commerciaux applicables dans de nombreux secteurs. Les participants peuvent choisir librement les services qu'ils souhaitent offrir et les cas d'utilisation qu'ils prennent en charge, pour autant qu'ils

respectent les règles fixées dans la procédure et les Implementation Guidelines associées.

Mise au point sur l'ensemble de règles et sur l'instance d'homologation

Début février 2021, une mise au point sur l'ensemble des règles de la procédure SRTP a été publiée. Ce document vise à fournir des orientations et, dans la mesure du possible, des recommandations aux participants SRTP sur des questions qui ne sont pas décrites comme telles dans l'ensemble de règles, afin d'éviter une approche fragmentée de la mise en œuvre de l'ensemble en question.

Le même mois, l'EPC a également publié une demande de proposition (Request for Proposal) pour le choix d'une instance chargée de l'homologation des demandeurs de la procédure SRTP, tel que décrit dans l'annexe au Trust and Security Framework de l'ensemble de règles. L'objectif est de trouver et de sélectionner au moins une instance indépendante fiable à laquelle l'EPC peut confier l'homologation des demandeurs de la procédure.

L'objectif principal de ce «processus d'homologation» est de veiller à ce que les nouveaux demandeurs ne mettent pas en péril la sécurité et la stabilité du système. Ce processus (adherence application) constituera un élément essentiel du respect des règles SRTP. La date d'entrée en vigueur de l'ensemble de règles SRTP,

fixée au 15 juin 2021, tient compte du délai nécessaire au choix de l'instance d'homologation et à sa mise en service.

Quelles sont les prochaines étapes prévues dans l'agenda?

— Le processus visant à faire respecter la procédure SRTP a été lancé au cours de la première semaine de mai 2021 pour permettre aux demandeurs de préparer leur «adherence application» avant la date d'entrée en vigueur de la procédure.

— Les parties prenantes ont été invitées à soumettre des demandes de modification pour une deuxième version de l'ensemble de règles SRTP d'ici le 26 février 2021. Le RTP TF formulera ses recommandations sur la marche à suivre concernant ces demandes de modification et sur les changements proposés dans les commentaires reçus à la suite de la consultation publique de 2020 sur le projet d'ensemble de règles SRTP. Certaines fonctionnalités complexes, y compris celles déjà identifiées par le groupe de travail RTP MSG dans son rapport de novembre 2020, peuvent également faire partie des demandes de modification.

Au cours de la dernière semaine de mai 2021, il y a eu une consultation publique de trois mois sur toutes ces demandes.

— La publication de la version 2.0 de l'ensemble de règles SRTP est prévue pour fin novembre 2021 (avec entrée en vigueur six mois ou un an plus tard).

Vers un système de paiement transfrontalier plus efficace

Les paiements transfrontaliers sont souvent lents, coûteux et peu transparents. Ces inefficacités existent depuis longtemps, mais elles sont aujourd'hui encore plus criantes au vu des possibilités de la numérisation et des progrès réalisés dans le trafic des paiements nationaux. Pour remédier à ces inefficacités, le groupe des vingt principaux pays industrialisés et émergents (G20) a fait de l'amélioration des paiements transfrontaliers une de ses priorités.

Des paiements transfrontaliers plus rapides, moins chers, plus transparents et plus accessibles auraient des avantages considérables pour la population et l'économie. Une feuille de route a été créée sous les auspices du G20 pour améliorer les paiements transfrontaliers. Lancée cette année, elle se compose de 19 éléments répartis dans cinq domaines. Les quatre premiers domaines visent à améliorer l'écosystème existant du trafic des paiements et ses infrastructures, par exemple la coordination des cadres réglementaires ou la facilitation du traitement de bout en bout. Le cinquième domaine est plus exploratoire et couvre les nouvelles possibilités, telles que les monnaies numériques (appelées Central Bank Digital Currencies) et les plates-formes de paiement multilatérales.

Plusieurs organisations internationales, banques centrales et autres autorités nationales participent aux travaux de la feuille de route. Le G20 met également



Le siège de l'EPC se trouve à Bruxelles.

l'accent sur la participation du secteur privé, dont l'expertise contribuera de manière décisive à la réalisation des objectifs de la feuille de route. Il est clair qu'une entreprise aussi complexe que l'amélioration des paiements transfrontaliers exige un engagement poussé de la part de tous les intervenants.

Les cinq domaines prioritaires de la feuille de route:

1. Engagement des secteurs public et privé en faveur d'une vision commune visant à améliorer le trafic des paiements transfrontaliers
2. Coordination des conditions-cadres en matière de réglementation et de surveillance
3. Amélioration des infrastructures de paiement existantes
4. Simplification du traitement de bout en bout grâce à l'amélioration des pratiques du marché
5. Examen du rôle potentiel des nouvelles infrastructures de paiement

Feuille de route de SWIFT pour la révolution des données de paiement

Aujourd'hui, les paiements transfrontaliers sont encore entravés par la qualité médiocre des données, ce qui peut nécessiter une intervention manuelle avant le traitement. SWIFT a récemment annoncé une nouvelle approche stratégique dans l'application de la norme ISO 2002. Elle permet à la communauté SWIFT de profiter plus rapidement des avantages de données exhaustives. L'approche vise un traitement immédiat et fluide des transactions grâce au jeu de données ISO 2002. La feuille de route comprend trois parties:

— *Jusqu'en novembre 2022*: les messages MT restent la norme pour les paiements transfrontaliers. Les établissements financiers continuent d'investir dans la formation des collaborateurs à la pratique du marché ISO 2002 et permettent l'uti-

lisation du jeu de données ISO 2002 dans leurs canaux et leurs systèmes de traitement des paiements et de screening.
— *De novembre 2022 à novembre 2025*: introduction de services de traitement des transactions SWIFT qui prennent en charge le nouveau jeu de données ISO 2002 pour les paiements et le reporting, et qui permettent la compatibilité avec les établissements financiers qui choisissent de recevoir les messages MT.
— *Dès novembre 2025*: les catégories de messages MT1xx, MT2xx et MT9xx sont suspendues; toutes les interactions avec la plate-forme SWIFT se produisent avec le nouveau jeu de données.

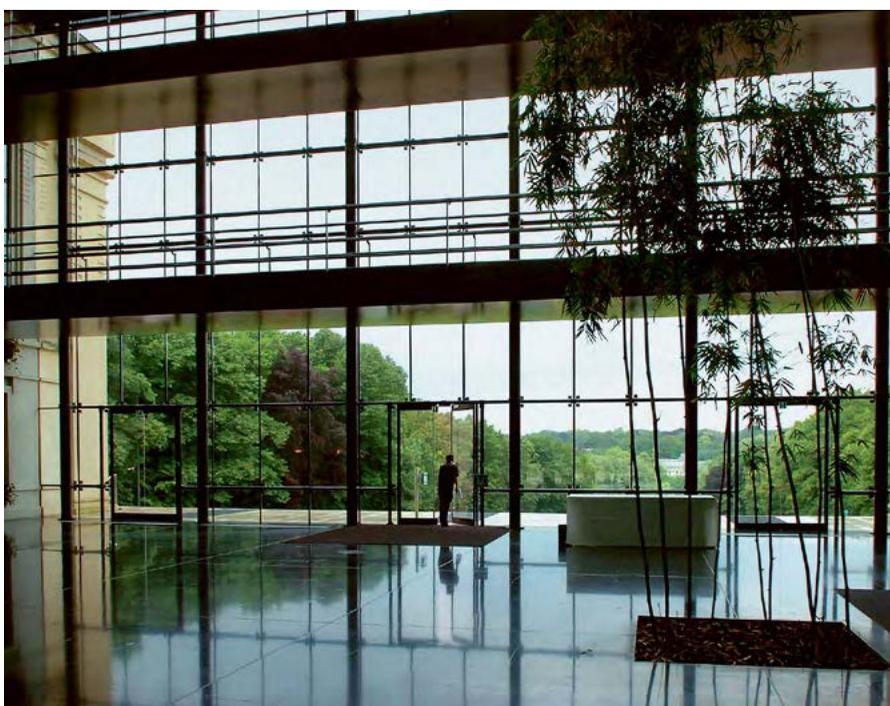
Il est recommandé aux établissements financiers de se préparer à la norme ISO 2002 en développant de manière stratégique et systématique leurs canaux et leurs systèmes de traitement des transactions.

Deuxièmement, il est nécessaire d'avoir un programme complet et bien conçu qui étend la sensibilisation et le savoir-faire dans l'ensemble de l'organisation, met en œuvre des implémentations techniques et des tests et permet la mise en service à partir de novembre 2022.

Troisièmement, les établissements doivent sensibiliser leurs clients aux nouvelles fonctions et aux nouveaux services fournis, avec les calendriers respectifs. Il faut convenir d'une feuille de route permettant de passer progressivement aux services client basés sur la norme ISO 2002.

«La communauté bancaire suisse ne peut bénéficier pleinement de la norme ISO 2002 que si elle l'utilise pour les paiements transfrontaliers en plus des paiements nationaux. Ce n'est qu'ainsi qu'elle pourra gérer de manière cohérente l'ensemble du trafic des paiements sans heurts», déclare Roger Inderbitzin, responsable de SWIFT Suisse & Liechtenstein. «Les banques qui adoptent la norme ISO 2002 à un stade précoce auront un avantage concurrentiel en matière d'innovation dans les services, d'efficacité opérationnelle et de réduction des risques de criminalité financière.»

Le siège de SWIFT est à 20 km de Bruxelles.



Une nouvelle étude montre l'intérêt continu des acteurs mondiaux pour la technologie blockchain.

Autres informations
[🌐 researchandmarkets.com](https://researchandmarkets.com)

Le système SIC est champion du monde

Il y a beaucoup à découvrir et à apprendre dans le dernier rapport annuel de la Banque nationale suisse sur le système de paiement Swiss Interbank Clearing (SIC). Outre des informations sur le système SIC suivant les principes internationaux relatifs aux infrastructures de marché financier d'importance systémique, on y trouve de nombreuses études statistiques. On y apprend par exemple que le système suisse se classe au premier rang mondial des systèmes RBTR en ce qui concerne le nombre de transactions effectuées par rapport à la population.

Autres informations
[🌐 snb.ch](https://snb.ch)

Open Finance avec Swiss Banking

Un groupe de travail de l'Association suisse des banquiers s'est fixé pour objectif de travailler avec d'importantes organisations partenaires sur les bases techniques et juridiques pertinentes en matière d'Open Banking/Finance.

Autres informations
[🌐 swissbanking.org](https://swissbanking.org)



Dollar des mers

La banque centrale des Bahamas a été la première au monde à introduire une monnaie numérique de banque centrale. Le «sand dollar», lié au dollar bahaméen, a été lancé le 20 octobre 2020. Depuis lors, trois institutions financières de l'Etat insulaire ont été autorisées à intégrer la monnaie numérique dans leurs apps pour smartphone. Les premières transactions devraient être effectuées au deuxième trimestre de l'année.

Autres informations
[🌐 sanddollar.bs](https://sanddollar.bs)



Il est plus facile d'écrire sur l'argent que d'en gagner. Et ceux qui en gagnent se moquent donc beaucoup de ceux capables seulement d'écrire à son sujet.

Voltaire (1694-1778)