SOUS LICENCE DANS LE CADRE D'UNE UTILISATION INDIVIDUELLE UNIQUEMENT

The Forrester Wave™ : fournisseurs de paiements marchands, 3e trimestre 2020

Les 10 principaux fournisseurs et leur place sur le marché

par Lily Varon
23 septembre 2020

Pourquoi lire ce rapport

D'après les 23 critères de notre évaluation, nous avons identifié 10 fournisseurs de paiements marchands parmi les plus influents : ACI Worldwide, Adyen, Cybersource, Fiserv, Global Payments, J.P. Morgan, PayPal, Stripe, Worldline et Worldpay from FIS. Nous avons ensuite mené des recherches et analysé ces fournisseurs avant de leur attribuer un score. Ce rapport montre comment chaque fournisseur se positionne par rapport à ses concurrents et aide les professionnels de la stratégie numérique à choisir la solution qui répond le mieux à leurs besoins.

Points clés à retenir

Stripe et Adyen en tête du peloton
Les études menées par Forrester ont révélé un marché largement dominé par Stripe et Adyen, qui se classent au rang de leaders ; Fiserv, Worldpay from FIS, PayPal, Worldline et J.P. Morgan se positionnent comme acteurs performants ; ACI Worldwide, Global Payments et Cybersource occupent quant à eux le rang de concurrents.

Principaux facteurs de différenciation : évolutivité, technologie et rapidité d'innovation
Les commerçants internationaux doivent trouver un juste équilibre entre présence à grande échelle et localisation ; les commerçants omnicanal aspirent à la consolidation et recherchent des expériences de paiement transparentes ; les commerçants tournés vers l'innovation technologique cherchent à s'entourer de fournisseurs de services de paiement capables de suivre le rythme du changement. Aujourd'hui, il est rare qu'un même fournisseur de services de paiement réponde parfaitement à tous ces besoins.

Ce PDF est uniquement fourni sous licence dans le cadre d'une utilisation individuelle lorsqu'il est téléchargé depuis forrester.com ou reprints.forrester.com. Toute autre distribution est interdite.

The Forrester Wave™ : fournisseurs de paiements marchands, 3e trimestre 2020

Les 10 principaux fournisseurs et leur place sur le marché

par Lily Varon
avec Fiona Swerdlow, Sara Sjoblom, Nicole Murgia et Nicole Lesperance
23 septembre 2020

Sommaire

2 La quête d'un juste équilibre entre coût, évolutivité et modernité

3 L'évaluation en bref

7 Offres des fournisseurs

7 Profils des fournisseurs

Leaders

Acteurs performants

Concurrents

13 Aperçu de l'évaluation

Critères d'inclusion des fournisseurs

14 Autres ressources

Documents de recherche connexes

COVID-19, Contactless Payments, And Retailer Concerns: The State Of Payments In The US

Now Tech : Merchant Payment Providers, Q3 2020

State Of Alternative Payments Acceptance In US Retail

Partagez des rapports avec vos collègues.
Augmentez le nombre d'adhérents avec Research Share.

FORRESTER®

Forrester Research, Inc., 60 Acorn Park Drive, Cambridge, MA 02140 États-Unis
+1 617-613-6000 | Fax : +1 617-613-5000 | forrester.com

© 2020 Forrester Research, Inc. Les opinions émises au moment de la parution sont susceptibles d'évoluer. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, TechRadar et Total Economic Impact sont des marques commerciales de Forrester Research, Inc. Toutes les autres marques sont la propriété de leurs sociétés respectives. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur. Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

La quête d'un juste équilibre entre coût, évolutivité et modernité

Les paiements représentent une valeur inestimable et invisible. Invisible, car les meilleures expériences de paiement sont rapides, simples et, de plus en plus, à peine perceptibles. Inestimable, car ce sont les paiements qui permettent aux commerçants de réaliser des bénéfices. Le problème, c'est que le monde des paiements devient particulièrement complexe : il prend la forme d'un véritable méli-mélo de technologies anciennes et nouvelles, adossées à des réglementations strictes auxquelles s'ajoutent sans cesse de nouveaux impératifs, acteurs et modèles d'exploitation.

Les commerçants internationaux cherchent à mondialiser et localiser l'acceptation des paiements. Les commerçants omnicanal cherchent à consolider les expériences de paiement de leurs clients. Quant aux commerçants tournés vers l'innovation technologique, ils cherchent à suivre le rythme du changement. Dans ce contexte, les entreprises spécialisées dans le traitement des paiements marchands se sont lancées tantôt dans d'importants projets de fusions/acquisitions, tantôt dans de vastes refontes de leur architecture, tantôt dans le lancement de nouveaux produits afin de répondre aux besoins de leurs clients commerçants. Si vous utilisez des services de traitement des paiements marchands, vous devriez privilégier des fournisseurs qui offrent les garanties suivantes :

- **Répondre à vos besoins en matière de mondialisation.** Ces fournisseurs permettent aux commerçants d'accepter des modes de paiement dans le monde entier ; car certains possèdent des bureaux dans plus de 30 pays. Les commerçants ont deux questions essentielles à poser. La première, « Peut-on accepter [le mode de paiement X] ? », et la seconde, « Comment faire pour obtenir les meilleures performances possibles avec [le mode de paiement X] ? ». En élargissant leur offre de modes de paiement et en proposant notamment des options de paiement dématérialisées, les fournisseurs peuvent établir de meilleures connexions, des environnements de test plus réalistes et des pratiques d'analyse plus abouties. Ils peuvent en faire de même autour des banques locales et des programmes de paiement dans un plus grand nombre de pays. Pour les acquéreurs, la gestion des fonds et des règlements transfrontaliers contribue également à soutenir les commerçants internationaux.
- **Prendre en charge les flux de paiement importants pour votre entreprise.** L'acceptation des paiements est le flux de paiement traditionnellement pris en charge par ces fournisseurs. Mais lorsque les commerçants adoptent des modèles d'abonnement ou de boutique en ligne, ou dès lors qu'ils innovent en instaurant de nouveaux flux de paiements, les fournisseurs doivent s'adapter et élargir leur offre pour les accompagner. Ils introduisent dans leurs offres diverses fonctionnalités, notamment de gestion des abonnements, de décaissement ou de paiement, afin de prendre en charge les différents flux de paiement des commerçants.
- **S'adapter à votre rythme quant au changement et à l'adoption technologique.** Ces fournisseurs développent des architectures et des API, et les améliorent pour refléter les dernières spécifications en vigueur. Certains proposent une architecture logicielle particulièrement adaptée aux itérations, d'autres moins. La capacité des fournisseurs à adopter les technologies innovantes et les évolutions réglementaires qui bouleversent constamment le secteur, ou tout du moins à s'y adapter, est un autre aspect essentiel. Certains fournisseurs évoluent rapidement, d'autres se montrent plus réfléchis face au déploiement de nouvelles fonctionnalités. Mais les acteurs les plus lents à innover sont souvent aussi les plus solidement établis. À ce titre, ils exercent une influence sur le secteur et les réseaux, parfois même au nom de leur clientèle.

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

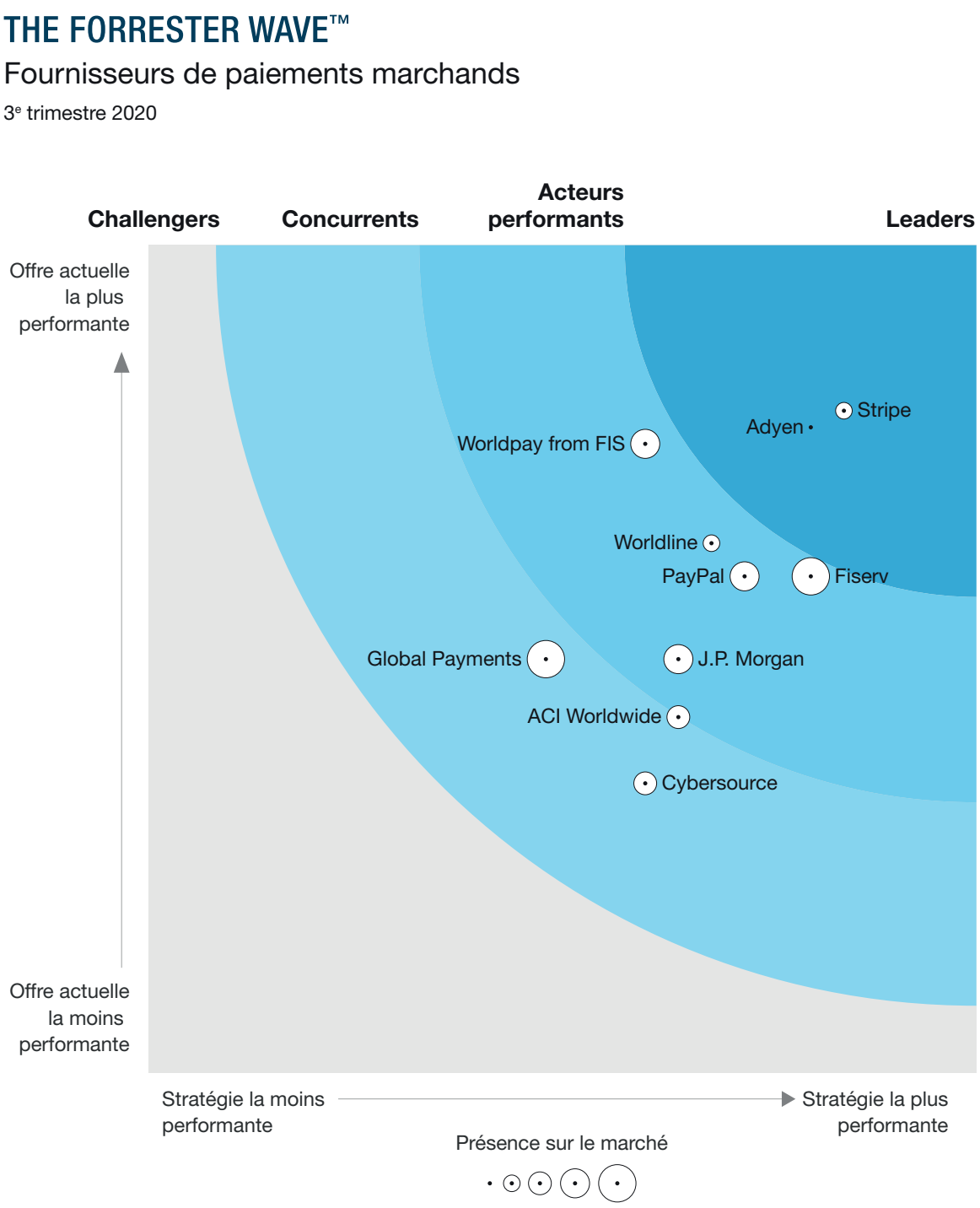
L'évaluation en bref

L'évaluation Forrester Wave™ met en évidence les leaders, les acteurs performants, les concurrents et les challengers. Cette évaluation des principaux fournisseurs du marché ne représente pas l'ensemble des fournisseurs. Vous trouverez plus d'informations sur ce marché dans notre rapport Now Tech : Merchant Payment Providers, Q3 2020 ».

Nous souhaitons que cette évaluation soit un point de départ qui incite les clients à consulter les évaluations produit et à pondérer les critères d'évaluation utilisés par l'outil de comparaison basé sur Excel (voir figures 1 et 2). Cliquez sur le lien Forrester.com figurant au début de ce rapport pour télécharger l'outil.

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

FIGURE 1 Forrester Wave™ : fournisseurs de paiements marchands, 3e trimestre 2020



© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

FIGURE 2 Forrester Wave™ : scorecard des fournisseurs de paiements marchands, 3e trimestre 2020

	Pondération de Forrester	ACI Worldwide	Adyen	Cybersource	Fiserv	Global Payments	J.P.Morgan	PayPal	Stripe	Worldline	Worldpay from FIS
Offre actuelle	50 %	2,15	3,90	1,75	3,00	2,50	2,50	3,00	4,00	3,20	3,80
Acquisition mondiale	5 %	1,00	3,00	1,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00
Paiements par carte (en ligne)	5 %	1,00	5,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	1,00	5,00
Paiements sans carte et alternatifs (en ligne)	10 %	5,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00
Paiements omnicanal et en personne	15 %	3,00	5,00	1,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00
Tokénisation et gestion	5 %	3,00	5,00	1,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,00
Abonnements et paiements récurrents	5 %	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	5,00	1,00	3,00
Paiements par plate-forme/ boutique en ligne	5 %	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00
Paiements et décaissements	5 %	1,00	3,00	1,00	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	5,00
Gestion des devises et règlements	5 %	0,00	3,00	0,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	5,00
Reporting, rapprochement et données	10 %	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	1,00	5,00	3,00	5,00
Prévention des fraudes	5 %	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
API et architecture	10 %	3,00	5,00	1,00	1,00	3,00	1,00	3,00	5,00	3,00	3,00
Gestion des mises à jour et des versions	5 %	3,00	5,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	3,00
Outils et documentation à l'attention des développeurs	5 %	1,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00
Intégrations avec les outils tiers	5 %	1,00	3,00	5,00	3,00	3,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00

Tous les résultats sont basés sur une échelle de 0 (peu performant) à 5 (très performant).

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

FIGURE 2 Forrester Wave™ : scorecard des fournisseurs de paiements marchands, 3e trimestre 2020 (suite)

	Pondération de Forrester	ACI Worldwide	Adyen	Cybersource	Fiserv	Global Payments	J.P. Morgan	PayPal	Stripe	Worldline	Worldpay from FIS
Stratégie	50 %	3,20	4,00	3,00	4,00	2,40	3,20	3,60	4,20	3,40	3,00
Vision du produit	20 %	3,00	5,00	3,00	3,00	1,00	3,00	5,00	5,00	1,00	3,00
Approche du marché	20 %	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00
Améliorations prévues	20 %	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Feuille de route de l'innovation	20 %	5,00	5,00	1,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	5,00	3,00
Produits et services d'assistance	10 %	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00	1,00
Ecosystème de partenaires	10 %	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00	5,00	1,00	1,00	3,00	5,00
Présence sur le marché	0 %	3,00	1,00	3,00	5,00	5,00	4,00	4,00	2,00	2,00	4,00
Volume de traitement total	50 %	5,00	1,00	3,00	5,00	5,00	5,00	3,00	1,00	1,00	5,00
Nombre de clients	50 %	1,00	1,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00

Tous les résultats sont basés sur une échelle de 0 (peu performant) à 5 (très performant).

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

Offres des fournisseurs

Forrester a évalué 10 fournisseurs : ACI Worldwide, Adyen, Cybersource, Fiserv, Global Payments, J.P. Morgan, PayPal, Stripe, Worldline et Worldpay from FIS (voir Figure 3).

FIGURE 3 Informations sur les produits et les fournisseurs évalués

Fournisseur	Produit évalué
ACI Worldwide	ACI Omni-Commerce Solution, ACI Secure eCommerce Solution
Adyen	Adyen
Cybersource	Cybersource Global Payment Management Platform
Fiserv	Fiserv Platform
Global Payments	Global Payments
J.P. Morgan	J.P. Morgan Merchant Services
PayPal	PayPal Commerce Platform
Stripe	Stripe Payments
Worldline	Worldline Platform
Worldpay from FIS	Worldpay from FIS

Profils des fournisseurs

Les points forts et les points faibles de chaque fournisseur mis en évidence par notre analyse sont présentés ci-dessous.

Leaders

› **Partenaire idéal des commerçants avant-gardistes, Stripe soutient l'innovation des modèles commerciaux.** Implanté à San Francisco, Stripe est avant tout réputé pour son architecture, sa documentation et ses kits d'outils adaptés aux développeurs. Son portefeuille explicite décrit clairement l'utilité et l'impact de chaque gamme de produits pour ses clients. Le constat le plus marquant au cours de cette évaluation est la tendance de Stripe à « montrer, et non pas dire », avec l'appui d'études de cas, de données, et d'autres ressources. Ce fournisseur défend l'idée « d'augmenter le PIB d'Internet » en soutenant les entreprises à mesure qu'elles s'adaptent (à de nouvelles zones géographiques, à de nouveaux modèles commerciaux et à de nouvelles perturbations). Une vision parfaitement alignée sur les réalités auxquelles sont aujourd'hui confrontés de nombreux commerçants. Son offre Stripe Terminal s'est étendue au-delà du Canada, de Singapour et des États-Unis à la suite du rachat de l'éditeur de logiciels de point de vente Index en 2018.

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

Les produits proposés par Stripe sont conçus pour satisfaire son audience cible : des professionnels avides de nouvelles technologies. Le fournisseur excelle à exploiter le potentiel de ses données pour développer des algorithmes qui améliorent les taux d'autorisation et les relances suite à des échecs de paiement. Stripe est particulièrement compétent dans le domaine de la gestion des abonnements, avec un produit qui concurrence les outils tiers dédiés. Il prend cependant en charge moins de modes de paiement et cumule du retard face à certains concurrents en ce qui concerne la prise en charge des paiements en personne. Ses clients de référence ont, à l'unanimité, salué la conception et la documentation de ses API, ainsi que la proactivité de Stripe, qu'ils reconnaissent comme de véritables points forts : « Alors que certains spécialistes du traitement en sont encore à évaluer les opportunités offertes par les dernières technologies, Stripe n'a pas attendu pour [les] déployer. » Les outils de reporting constituent également un autre atout majeur : un client de référence a décrit Stripe Sigma, son outil de requête SQL, comme « redoutablement puissant ». Stripe convient parfaitement aux équipes tournées vers la technologie, aux commerçants qui défendent une approche de la « priorité au numérique », voire du « tout numérique » et qui souhaitent développer un modèle commercial innovant, ou encore aux fournisseurs qui privilégient des offres d'abonnement ou de plate-forme/boutique en ligne.

› **Implanté à Amsterdam, Adyen rationalise les opérations, l'intégration et l'itération pour les commerçants omnicanal.** Au lancement de son offre « une seule plate-forme, une seule intégration », Adyen a radicalement transformé le marché. La société a développé sa stratégie autour d'une quête de l'avancée technologique - qui reste aujourd'hui encore son fer de lance - afin de s'imposer comme un « guichet unique » pour le traitement des paiements internationaux sur les différents canaux. Au-delà du traitement des paiements, Adyen propose des acquisitions directes dans plusieurs régions, ainsi qu'un terminal logiciel et matériel développé en interne. En ce qui concerne les nouvelles innovations et réglementations du secteur (par exemple l'adoption du protocole 3DS2.2 ou la tokénisation du réseau), le fournisseur devance également la plupart des principaux acteurs. En 2018, eBay a choisi Adyen comme principal partenaire de paiement après s'être définitivement séparé de PayPal.

Avec sa solution de traitement des paiements omnicanal et sa présence à l'international, Adyen épargne aux commerçants le casse-tête lié à une architecture multi-backend, notamment les innombrables formats de fichiers de règlement et les multiples délais de règlement. Qui plus est, Adyen y parvient sans jamais renoncer à son attachement à la technologie, en utilisant à la fois les données et l'apprentissage automatique pour augmenter efficacement les taux d'autorisation. Son offre est conçue pour simplifier l'intégration : par exemple, le fournisseur propose quatre options d'intégration différentes pour faire bénéficier les commerçants de différents niveaux de contrôle. Sur certains marchés de paiement tout particulièrement locaux (l'Amérique latine, par exemple), Adyen n'offre pas toujours les taux de réussite, la prise en charge des modes de paiement ou les connaissances du marché que les commerçants attendent. Mais tout est relatif : les clients de référence s'accordent à dire que, par rapport aux autres fournisseurs, Adyen prend en charge « un large éventail » de modes de paiement et qu'il « se distingue par son excellence en matière de taux d'autorisation » sur les principaux marchés. Un client de référence reconnaît que « [son] intégration de bas niveau [lui] procure toute la puissance nécessaire pour mener [ses] propres expériences ». Un critère de plus en plus important dans un monde où la normalité ne cesse d'évoluer.[1]

Acteurs performants

› **Fiserv se distingue par sa présence et ses ressources impressionnantes, mais peine à offrir aux commerçants des expériences cohérentes.** Après le rachat de First Data en 2019, cette société basée dans le Wisconsin est devenue le plus grand organisme de traitement des paiements au monde. Avec une

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

telle position, elle offre des services à valeur ajoutée de grande envergure, notamment des réseaux de débit et des systèmes de traitement de cartes cadeaux déployés dans plus de 50 pays. Les difficultés que rencontre Fiserv sont communes aux grandes entreprises : elle évolue lentement et manque de réactivité, ses produits et ses équipes sont cloisonnés, et l'intégration de ses acquisitions prend du temps. Mais au cours des deux dernières années, elle a révisé sa structure organisationnelle, sa stratégie de sous-traitance et son modèle de réussite client en vue de simplifier la collaboration avec ses partenaires. Le fournisseur garde également un œil sur l'avenir : Fiserv consacre un budget conséquent à l'innovation et aide les commerçants en proposant de nouvelles expériences de paiement, par exemple en acceptant le transfert électronique des prestations ou en développant le commerce vocal et le « scan-and-go » dans les épiceries.

Les commerçants choisissent Fiserv pour son envergure mondiale et les nombreuses fonctionnalités qu'elle propose. Bien souvent, ils ont la possibilité de solliciter Fiserv partout dans le monde, quels que soient leurs besoins. Mais l'expérience des commerçants se révèle assez variable, selon les solutions de traitement des paiements qu'ils utilisent. Par exemple, un client de référence voit dans la disponibilité opérationnelle de Fiserv un atout majeur ; d'autres, cependant, indiquent que la fréquence des pannes est un véritable problème. En matière de points forts, les clients de référence citent la « santé financière » de l'entreprise et sa « capacité de gestion à grande échelle ». Les clients aimeraient également que Fiserv rapproche ses opérations bancaires de ses services de traitement afin d'améliorer les taux de traitement et les processus internes pour mieux respecter les délais et réagir plus rapidement face aux incidents. Fiserv est le partenaire idéal pour les commerçants importants qui savent captiver son attention ou pour les détaillants qui utilisent des partenaires de passerelles ou de solutions afin d'accéder à des fonctionnalités spécifiques ou à des régions du monde entier.

› **Worldpay from FIS dispose d'une immense expertise, mais est plus lent à agir faute de technologies modernes.** Cette entreprise implantée à Jacksonville, en Floride, est née à la suite de plusieurs acquisitions depuis 2018. Son offre intégrée (qui couvre les solutions de paiement aux points de vente de Vantiv, les paiements transfrontaliers de Worldpay et les relations bancaires et d'émission internationales de FIS), tient la promesse d'une offre de paiement omnicanal d'envergure internationale, avec toute l'efficacité que l'on peut attendre de relations étroites avec des banques mondiales. Les entités qui la composent ont cependant tout intérêt à simplifier leur portefeuille de produits et à consolider l'expérience d'utilisation de différentes technologies pour leurs clients commerçants. La société a récemment introduit une solution baptisée Access Worldpay, un point d'accès unique aux différentes technologies de son portefeuille qui facilite l'intégration et le déploiement de son logiciel de traitement des paiements.

Le principal point fort de l'entreprise réside dans son expertise et dans sa maîtrise des réglementations en matière de paiements. Elle excelle tout particulièrement dans la prise en charge des règlements transfrontaliers et dans la gestion de la conversion de devises. Elle parvient mieux que la plupart de ses concurrents à équilibrer ses obligations de conformité réglementaire avec des programmes et des destinations de règlement flexibles. Son architecture vieillissante est un problème largement souligné par ses clients de référence, au même titre que sa relative lenteur à réagir en ce qui concerne les prévisions d'amélioration, les lancements de produits et le service client. Mais ce qu'il lui manque en agilité, elle le compense en offrant à ses clients un véritable soutien stratégique. L'un de ses clients de référence juge Worldpay from FIS « innovant dans sa manière d'utiliser son expertise (réglementaire, verticale, commerciale) pour aider à trouver des solutions ». Un autre voit un atout majeur dans sa « solide réputation et [ses] excellentes relations sur le marché des paiements ». Worldpay from FIS convient parfaitement aux enseignes spécialisées dans le commerce en ligne qui interviennent dans le monde entier et qui ont besoin à la fois de flexibilité dans les règlements et d'une solide gestion des devises.

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

› **PayPal dispose d'une vision forte, d'un produit solide et d'atouts bien spécifiques.** Cette société établie à San Jose, en Californie, propose des solutions de paiement clients (PayPal Wallet et Venmo), de traitement des paiements (PayPal Commerce Platform et Braintree), de terminaux de points de vente (iZettle), de paiement (Hyperwallet) et de détection des fraudes (Simility). En 2019, elle a racheté la passerelle chinoise Guofubao Information Technology (GoPay). Au cœur de sa vision produit, on retrouve un plan ambitieux visant à rassembler tous ces produits dans une offre à la fois intégrée et modulaire, qui permettrait aux commerçants de choisir uniquement les fonctionnalités dont ils ont besoin, tout en exploitant les données consommateur de PayPal Wallet et Venmo. À l'heure actuelle, les frontières entre ses produits de traitement des paiements demeurent floues. Les grandes entreprises peuvent juger son écosystème de partenaires un peu trop concentré sur les petites et moyennes entreprises (PME) dans certains domaines. Elles bénéficient néanmoins d'un ensemble complet d'applications préintégrées.

Le système de traitement des paiements de PayPal présente quelques atouts fascinants. PayPal Extend, par exemple, permet aux commerçants de partager des informations client et de paiement tokénisées avec d'autres commerçants dans une approche conforme à la norme PCI DSS. En matière de gestion des abonnements et de reporting, PayPal reste malheureusement à la traîne. Jusqu'à récemment, PayPal prenait en charge les paiements d'eBay, ce qui lui permet de gérer les paiements dans les PayPal Wallets et d'intégrer Hyperwallet pour développer la prise en charge de cette fonctionnalité. Les clients de référence apprécient particulièrement la vision stratégique de PayPal. L'un d'eux estime que l'innovation est un point fort essentiel de l'entreprise. Les clients de référence aimeraient cependant la voir améliorer ses capacités de reporting, en termes de détails et de ponctualité. PayPal est un partenaire idéal pour les commerçants qui utilisent PayPal Extend ou qui s'intéressent aux modes de paiement PayPal Wallet ou Venmo, ainsi qu'à leurs fonctionnalités adjacentes.

› **La quête de l'omnicanal défendue par Worldline met l'accent sur les paiements en personne, au détriment des paiements en ligne.** Après s'être séparée d'Atos en 2019, cette entreprise parisienne avide d'acquisitions a continué sur sa lancée en rachetant en 2020 le fournisseur de services de paiement et de terminaux de points de vente Ingenico. Historiquement, la présence géographique de Worldline est concentrée en Europe, mais la société a également déployé d'importantes offres dans d'autres régions du monde, notamment l'Inde et l'Amérique latine. Worldline est également membre fondateur de l'European Digital Payments Industry Alliance (EDPIA), une organisation du secteur qui sensibilise et contribue à la politique de l'UE en matière de paiements numériques.[2] Worldline adopte une approche verticale de la commercialisation, ciblant 10 marchés verticaux à l'aide d'équipes commerciales spécialisées. Aujourd'hui, l'entreprise doit élaborer une feuille de route concrète et développer à long terme une vision différenciée qui intègre ses nombreux actifs.

Le kit d'intégration de points de vente unique de Worldline pour ses pays acquéreurs de cartes locaux, sa suite propriétaire de matériel de terminal et sa solution de gestion de terminaux simplifient la complexité des paiements au point de vente tout en fournissant les contrôles requis par les commerçants. Worldline a tout juste commencé à développer un moteur d'optimisation des autorisations basé sur l'apprentissage automatique pour les paiements en ligne et la gestion des abonnements. Ses clients de référence citent la fiabilité de sa plate-forme et sa gestion de la relation client comme les principaux points forts de Worldline. Ils aimeraient cependant voir la société améliorer ses capacités de traitement des paiements en ligne et de reporting, et développer sa présence mondiale dans le domaine de l'acquisition directe. Worldline convient parfaitement aux détaillants omnicanal, en particulier en Europe, et aux commerçants multinationaux qui cherchent à pénétrer le marché européen et à consolider leurs opérations de paiement en ligne et hors ligne en Europe.

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

› **J.P. Morgan garantit de solides économies, mais doit améliorer sa prise en charge des paiements internationaux.** Comme de nombreuses banques, cet établissement implanté à New York propose des services aux commerçants. En 2013, cependant, contrairement aux autres banques, J.P Morgan a lancé ChaseNet, qui comprenait un accord de 10 ans avec Visa permettant le traitement des cartes émises par Chase via VisaNet, ce qui permettait en fin de compte de réduire les coûts de transaction des commerçants. La société se distingue aussi des autres organismes de traitement des paiements traditionnels non liés au secteur bancaire par son activité de services bancaires en gros, qui lui permet de proposer des remises sur les frais de traitement en fonction du solde qu'un commerçant détient sur son compte marchand, avec à la clé la possibilité d'alléger encore davantage les coûts. Comparativement à ses concurrents, elle ne prend en charge qu'un nombre limité de modes de paiement, bien que certains soient très spécifiques, par exemple le transfert électronique des prestations, les cartes carburant ou encore les comptes d'épargne santé.

L'aspect économique constitue le principal point fort de J.P. Morgan. Mais ses clients de référence s'estiment également très satisfaits de leur relation avec ses équipes commerciales. L'activité de traitement des paiements de J.P. Morgan est davantage centrée sur les États-Unis et sur les cartes que les autres fournisseurs évalués dans cette étude. L'élargissement de son offre d'acquisition mondiale et de sa connectivité aux paiements dématérialisés et alternatifs représentent des pistes d'amélioration stratégiques. J.P. Morgan a récemment entrepris une refonte de ses outils de reporting et de développement, qui devraient résoudre certains problèmes courants rencontrés par ses clients. Il lui reste encore cependant à introduire des améliorations logicielles afin d'aider ses clients à apporter des modifications au système ou à ajouter de nouveaux produits ou fonctionnalités. J.P. Morgan est le partenaire idéal pour les commerçants d'entreprise qui exercent des activités en ligne avec des cartes américaines ou européennes, en particulier ceux qui recensent d'importants volumes de paiement par carte Chase ou encore qui ont la possibilité de profiter des économies supplémentaires que les services bancaires peuvent offrir.

Concurrents

› **ACI Worldwide dispose d'une présence mondiale et peut se prévaloir d'une bonne flexibilité d'acquisition, mais il manque de réactivité.** ACI Worldwide (Naples, Floride) est une passerelle qui relie les commerçants à un large choix d'acquéreurs et de modes de paiement dans le monde entier. Sa plate-forme PAY.ON est si prolifique qu'elle a été adoptée par de nombreux fournisseurs de services de paiements internationaux (PSP). ACI est ainsi devenu leader dans la fourniture d'infrastructures technologiques pour les fournisseurs de services de paiements, les fournisseurs de services aux membres, les organisations commerciales indépendantes et les commerçants d'entreprise. Il s'agit de l'un des deux seuls fournisseurs non acquéreurs de cette évaluation. À ce titre, il offre aux commerçants la possibilité de « structurer » leur propre pile de paiements à partir des connexions d'ACI (par exemple, les fournisseurs de terminaux, les acquéreurs de paiements, etc.).[3]

Le principal point fort d'ACI réside dans sa prise en charge des modes de paiement dans le monde entier. Mais les performances de sa plate-forme sont également un atout. Un facteur essentiel dans un domaine aussi critique que l'acceptation des paiements, car en matière de paiements, une plate-forme stable et fiable fait toute la différence. Malgré une vision claire de l'avenir du secteur, ACI accuse un certain retard par rapport à d'autres fournisseurs dans certains domaines stratégiques, tels que l'adoption de l'apprentissage automatique pour l'optimisation des autorisations ou la gestion des abonnements. Dans certaines niches, en revanche, ACI témoigne d'une avance remarquable : son algorithme d'apprentissage incrémentiel en attente de brevet (actuellement utilisé dans ses outils de détection des fraudes) en est un très bon exemple.[4] Ses clients de référence aimeraient voir ACI gagner en proactivité, que ce soit pour honorer ses contrats de niveau

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

de service ou pour exécuter sa feuille de route. Ils apprécient cependant sa stabilité : l'un de ses clients a comparé ACI à une « voiture familiale fiable [qui] vous permet de vous rendre d'un point A à un point B sans le moindre problème. » ACI est la solution idéale pour les détaillants qui recherchent une plate-forme mondiale d'intégration des paiements offrant une flexibilité maximale pour gérer plusieurs acquéreurs, modes de paiement et fournisseurs de technologies.

› **Global Payments a de l'envergure, mais doit affiner sa vision pour répondre aux futurs besoins du marché.** En 2019, cette entreprise implantée à Atlanta, en Géorgie, a racheté TSYS, un géant sur le marché de l'émission, des activités commerciales et des solutions grand public. TSYS a été la plus grande d'une série d'acquisitions réalisées par Global Payments au cours des dix dernières années, dont la plupart étaient orientées vers des solutions verticalisées. La société a notamment racheté AdvancedMD (solution destinée aux médecins de PME), TouchNet (enseignement supérieur), ACTIVE Network (entreprises d'événementiel) et Xenial (restauration). Global Payments prend en charge des acquisitions directes dans pas moins de 59 pays, soit plus que n'importe quel autre fournisseur évalué dans cette étude. Aujourd'hui, Global Payments doit développer une vision claire et convaincante autour de ses offres afin de mieux s'adapter à l'avenir des paiements.

La vaste présence de Global Payments sur le marché de l'acquisition lui permet de traiter les paiements et les règlements de commerçants sur un large éventail de marchés : une véritable force qui constitue également la principale raison pour laquelle ses clients de référence ont choisi de faire appel à Global Payments. L'un de ses clients explique l'avoir choisi pour « consolider les acquéreurs afin d'en réduire le nombre autant que possible » et estime que « Global Payments [leur] a offert une vaste couverture ». Certains clients de référence ont également fait l'éloge de sa réactivité face à leurs demandes, qu'ils considèrent comme un facteur clé de satisfaction. Mais ses clients aimeraient le voir moderniser les interfaces utilisateur de son logiciel et ses outils de reporting. Ils attendent également de Global Payments qu'il développe son esprit d'innovation, par exemple en investissant dans l'apprentissage automatique pour l'optimisation des autorisations. Global Payments est un partenaire idéal pour les commerçants ayant de vastes besoins d'acquisition à l'échelle mondiale et qui pourraient tirer profit d'un soutien local sur ces marchés internationaux.

› **Cybersource propose un produit fiable et un support solide, mais pourrait aller plus loin dans sa démarche.** Basée à Foster City, en Californie, cette passerelle de paiement implantée de longue date permet aux commerçants d'accepter des paiements en ligne. En 2007, la société a acquis Authorize.net, une passerelle orientée PME. En 2010, Cybersource a été rachetée par Visa. Depuis, elle a revu sa stratégie de commercialisation et a su développer une vision claire de ses priorités à court terme. Plus précisément, elle entend poursuivre son extension sur le marché des PME et intégrer son acquisition du point de vente Payworks, afin de consolider les paiements en personne et en ligne pour aider ses commerçants à prendre en charge les paiements omnicanal. Cybersource doit maintenant donner de l'élan à sa différenciation.

Compte tenu de son historique et de sa part de marché, Cybersource intègre probablement déjà la pile logicielle existante de ses prospects et de ses clients actuels (et inversement). Sa position unique de filiale de Visa témoigne d'une sécurité et d'une viabilité à long terme ; mais cette situation inspire également aux clients certaines attentes en termes de performances et d'analyse des données, que la société ne parvient pas toujours à satisfaire. Cybersource tient réellement sa force de ses équipes. Ses clients de référence se sont montrés particulièrement élogieux, soulignant « les relations très solides » qu'ils entretiennent avec les équipes de gestion de compte et de support client, qui justifient « d'une longue expérience et d'une solide connaissance du secteur des paiements » et qui « se surpassent » pour offrir « un service d'excellence ». Cybersource est le partenaire idéal pour les commerçants avides de technologies numériques qui recherchent une plate-forme fiable et le soutien d'une équipe expérimentée en gestion de la relation.

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

Aperçu de l'évaluation

Nous avons évalué les fournisseurs selon 23 critères, regroupés en trois catégories :

- **Offre actuelle.** La position de chaque fournisseur sur l'axe vertical du graphique Forrester Wave indique la solidité de son offre actuelle. Les critères essentiels de ces solutions incluent les paiements par carte (en ligne), les paiements sans carte (en ligne), les paiements omnicanal et en personne, les paiements par abonnement, les paiements par plate-forme/boutique en ligne, les API et l'architecture.
- **Stratégie.** Le positionnement sur l'axe horizontal indique la solidité de la stratégie des fournisseurs. Nous avons évalué la vision du produit, l'approche du marché, les améliorations prévues, la feuille de route de l'innovation, les produits et services d'assistance, ainsi que l'écosystème de partenaires.
- **Présence sur le marché.** Représentés par la taille des marqueurs sur le graphique, nos scores de présence sur le marché reflètent le volume de traitement total et le nombre de clients de chaque fournisseur.

Critères d'inclusion des fournisseurs

Forrester a évalué 10 fournisseurs : ACI Worldwide, Adyen, Cybersource, Fiserv, Global Payments, J.P. Morgan, PayPal, Stripe, Worldline et Worldpay from FIS. Éléments communs à tous les fournisseurs :

- **Une longue expérience au service de détaillants et d'entreprises numériques.** Les fournisseurs de cette catégorie sont sollicités par de nombreuses grandes entreprises et comptent parmi leurs clients cibles des grands comptes qui génèrent plus d'1 milliard de dollars de chiffre d'affaires annuel.
- **Plus de 100 millions de dollars de chiffre d'affaires lié au traitement des paiements.** Pour pouvoir figurer dans ce rapport Forrester Wave, les fournisseurs devaient déclarer un chiffre d'affaires annuel d'au moins 100 millions de dollars pour leur solution de traitement des paiements marchands.
- **Reconnaissance et intérêt de la part des clients d'entreprise de Forrester.** Nous avons évalué les fournisseurs que les clients de Forrester ont fréquemment et systématiquement mentionnés au cours des enquêtes, des listes de sélection et des projets de conseil l'année dernière.

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

Collaborez avec un analyste

Prenez des décisions avisées en collaborant avec les leaders d'opinion de Forrester, afin d'appliquer nos recherches à vos initiatives commerciales et technologiques spécifiques.

Enquête d'analyste

Pour vous aider à mettre en pratique vos recherches, contactez un analyste pour lui poser vos questions lors d'une séance téléphonique de 30 minutes ou demandez une réponse par e-mail.

En savoir plus.

Conseil d'analyste

Traduisez la recherche en actes concrets en collaborant avec un analyste sur un engagement spécifique sous la forme de réunions, d'ateliers ou d'interventions personnalisés sur la stratégie.

En savoir plus.

Webinaire

Participez à nos sessions en ligne sur les dernières recherches concernant votre entreprise. Chaque session présente les questions-réponses des analystes et les diapositives et est disponible à la demande.

En savoir plus.

Applications de recherche de Forrester pour iOS et Android.
Gardez une longueur d'avance sur vos concurrents, où que vous soyez.

Autres ressources

Ressource en ligne

Nous publions tous nos résultats et pondérations Forrester Wave dans un fichier Excel qui indique des évaluations détaillées des produits et des classements personnalisables. Vous pouvez télécharger cet outil en cliquant sur le lien Forrester.com qui se trouve au début de ce rapport. Ces résultats et ces pondérations par défaut ne sont qu'un point de départ et nous incitons les lecteurs à adapter les pondérations en fonction de leurs besoins individuels.

La méthodologie Forrester Wave

Un rapport Forrester Wave est un guide destiné aux acheteurs qui étudient les options d'achat disponibles sur un marché technologique. Pour offrir un processus équitable à tous les participants, Forrester suit le guide Forrester Wave™ Methodology Guide afin d'évaluer les fournisseurs participants.

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

Dans le cadre de notre étude, nous menons une recherche primaire afin de dresser une liste de fournisseurs à prendre en compte lors de l'évaluation. À partir de ce groupe initial de fournisseurs, nous élaguons cette liste en fonction des critères d'inclusion. Nous recueillons ensuite les détails du produit et de la stratégie à l'aide d'un questionnaire détaillé, de démonstrations/réunions d'information et d'enquêtes/entretiens de référence client. Nous utilisons ces données, ainsi que l'expérience et l'expertise de l'analyste sur le marché, pour évaluer les fournisseurs à l'aide d'un système d'évaluation relatif qui compare les participants les uns aux autres.

Nous incluons clairement la date de publication de Forrester Wave (trimestre et année) dans le titre de chaque rapport Forrester Wave. Nous avons évalué les fournisseurs participant à ce rapport Forrester Wave à l'aide des documents qu'ils nous ont transmis avant le mois de juillet 2020 et n'avons pas accepté d'informations supplémentaires après cette date. Nous encourageons les lecteurs à prendre en compte l'évolution du marché et des offres des fournisseurs au fil du temps.

Conformément à la politique relative à l'évaluation des fournisseurs (Forrester Wave™ Vendor Review Policy), Forrester demande aux fournisseurs d'examiner nos résultats avant leur publication afin de vérifier leur exactitude. Les fournisseurs qualifiés comme non participant dans le graphique Forrester Wave correspondent aux critères d'inclusion définis, mais ont souhaité ne pas participer à l'évaluation ou y ont contribué de manière partielle. Nous évaluons ces fournisseurs conformément à la politique des fournisseurs non participants ou n'ayant contribué que partiellement à l'enquête (The Forrester Wave™ And The Forrester New Wave™ Nonparticipating And Incomplete Participation Vendor Policy). Leur classement est publié au côté de celui des fournisseurs participants.

Politique de déontologie

Nous menons toutes nos recherches, notamment les évaluations Forrester Wave conformément à notre politique de déontologie (Integrity Policy) publiée sur notre site Web.

Notes de fin

[1] Voir le rapport Forrester « The New, Unstable Normal: How COVID-19 Will Change Business And Technology Forever ».

[2] Source : The European Digital Payments Industry Alliance (https://www.edpia.eu/).

[3] Voir le rapport Forrester « Vendor Landscape: Untangle Payment Acceptance For The Age Of The Customer ».

[4] Source : « Incremental Learning – A Smarter Way to Fight Fraud », ACI Universal Payments (https://www.aciworldwide.com/capabilities/machine-learning/incremental-learning).

© 2020 Forrester Research, Inc. Toute copie ou distribution non autorisée constitue une violation de la loi sur les droits d'auteur.
Citations@forrester.com ou +1 866-367-7378

Nous travaillons avec des responsables technologiques et commerciaux afin de mettre en place une vision, une stratégie et une mise en œuvre centrées sur le client qui accélèrent la croissance.

PRODUITS ET SERVICES

- Recherche et outils
- Mission des analystes
- Données et analyses
- Collaboration entre pairs
- Conseil
- Événements
- Programmes de certification

Les recherches et les analyses de Forrester sont adaptées à votre rôle et aux initiatives stratégiques de l'entreprise.

LES RÔLES AUXQUELS NOUS RÉPONDONS

Professionnels du marketing et de la stratégie

Directeur commercial (CMO)

Marketing B2B

Marketing B2C

Expérience client

Informations client

- Stratégie de commerce électronique et de distribution

Professionnels de la gestion technologique

DSI

Développement et distribution d'applications

Architecture d'entreprise

Infrastructure et opérations

Sécurité et risques

Gestion de l'approvisionnement et des fournisseurs

Professionnels de l'industrie technologique

Relations avec les analystes

SUPPORT CLIENT

Pour plus d'informations sur les réimpressions papier ou électroniques, veuillez contacter le support client au +1 866-367-7378, au +1 617-613-5730 ou à l'adresse clientsupport@forrester.com. Nous proposons des remises sur volume et des tarifs spéciaux aux établissements d'enseignement et aux organismes à but non lucratif.