



Comment optimiser ses commissions bancaires pour son point de vente ?

13 octobre 2025





Sommaire

1. Panorama du paiement carte en France
2. CB: histoire d'une exception européenne
3. Dynamique 2026: la réponse aux commerçants
4. CB: les atouts pour les commerçants





Panorama des paiements carte en France



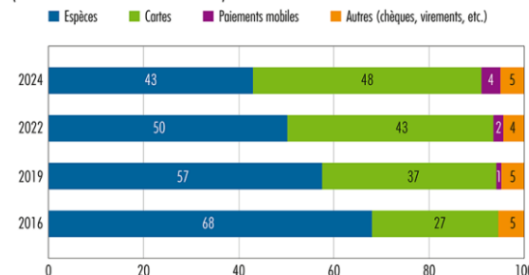
En 2024, l'usage de la carte dépasse pour la première fois celui des espèces dans les commerces en France.



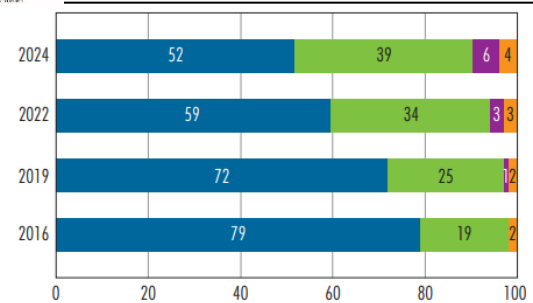
1^{er} rang pour la carte
la carte est désormais le moyen
de paiement le plus utilisé aux points
de vente en nombre de transactions

25%
de l'ensemble des paiements
sont désormais effectués en ligne

Répartition des moyens de paiement aux points de vente, en France
(en % du nombre de transactions)



Source : Banque centrale européenne, enquêtes SUCH (2016) et SPACE (2019, 2022 et 2024).



⇒ 9 points de plus que la moyenne en zone euro

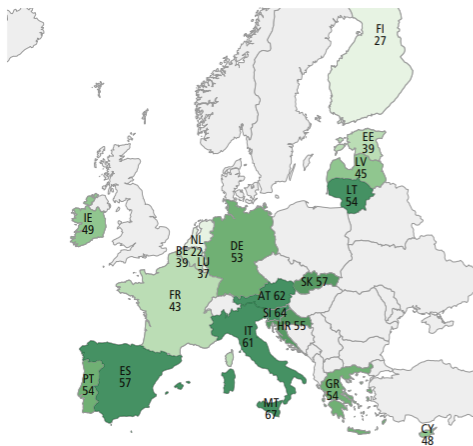


Une tendance observée en Europe, mais la France a la particularité d'avoir un réseau national

G4 Part des espèces dans les moyens de paiement en nombre de transactions en zone euro en 2024, et évolution depuis 2016

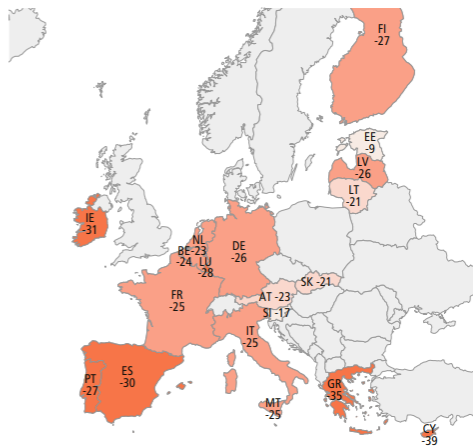
a) Situation en 2024

(en %)



b) Évolution de 2016 à 2024

(en points de %)



AT	Autriche	ES	Espagne	IE	Irlande	MT	Malte
BE	Belgique	FI	Finlande	IT	Italie	NL	Pays-Bas
CY	Chypre	FR	France	LT	Lituanie	PT	Portugal
DE	Allemagne	GR	Grèce	LU	Luxembourg	SI	Slovénie
EE	Estonie	HR	Croatie	LV	Lettonie	SK	Slovaquie

Sources : Banque centrale européenne, enquêtes SUCH 2016 et SPACE 2019, 2022 et 2024 ; calculs Banque de France.

- **13 pays sur 22** en zone € qui ne disposent **pas ou plus** d'un réseau de paiement national
- Il n'existe donc **plus que 9 réseaux domestiques**
- **61 %** des paiement en carte en € sont traités par des **réseaux internationaux** (en 2022)
- **Enjeux économiques et géopolitiques**



CB: histoire d'une exception européenne

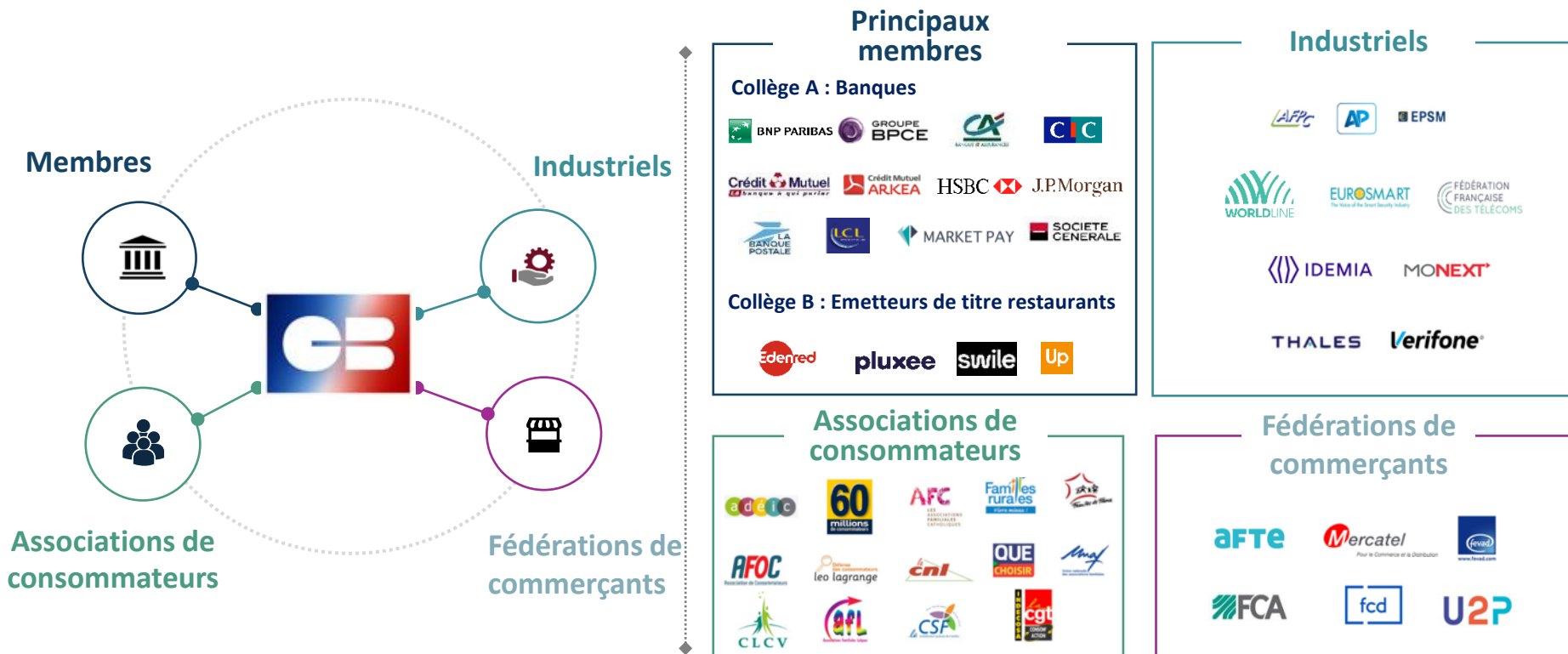


CB : deux lettres et un logo revu en bleu / blanc / rouge

- CB pour Cartes Bancaires
- Groupement d'intérêt économique (GIE)
- Créé en 1984 sous l'impulsion de Pierre Bérégovoy
- Enjeux d'interbancaireté + de souveraineté
- Défense d'avoir deux marques sur ses cartes



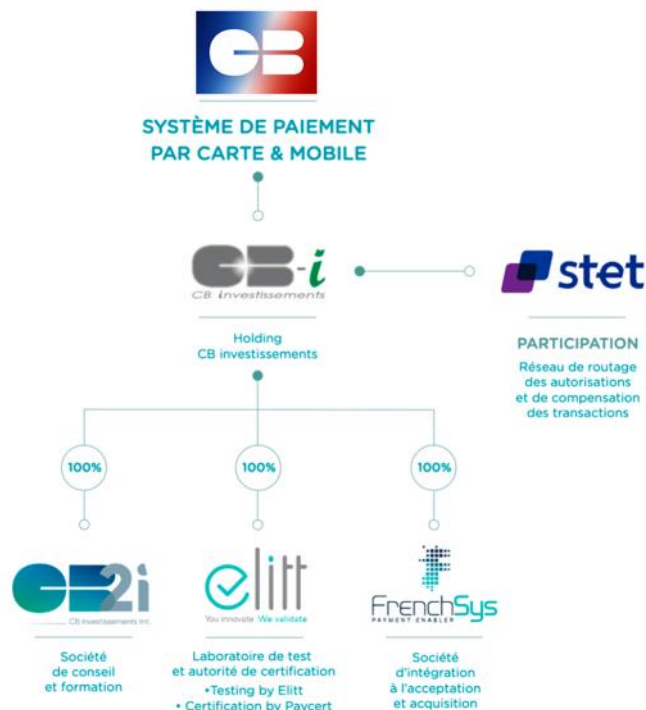
CB : un système de paiement ouvert qui associe un grand nombre d'acteurs majeurs de l'écosystème des paiements



CB : c'est une histoire et une réussite française

Le « Groupe CB » : 200 experts au service de l'interbancairité

Chiffres clés CB 2024



 **13Md**
Palements CB

7Md
Palements CB sans contact 

 **77M**
Cartes CB et TRD

 **2Md**
Palements e-commerce CB 

 **320M**
Palements TRD

1Md
Retraits CB 

 ~ 2/3 des dépenses de consommation courante des ménages français

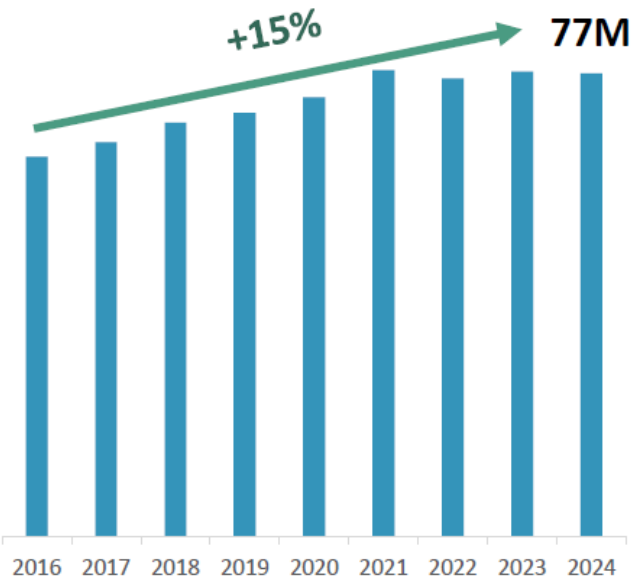
 ~ 20% des paiements carte de l'UE



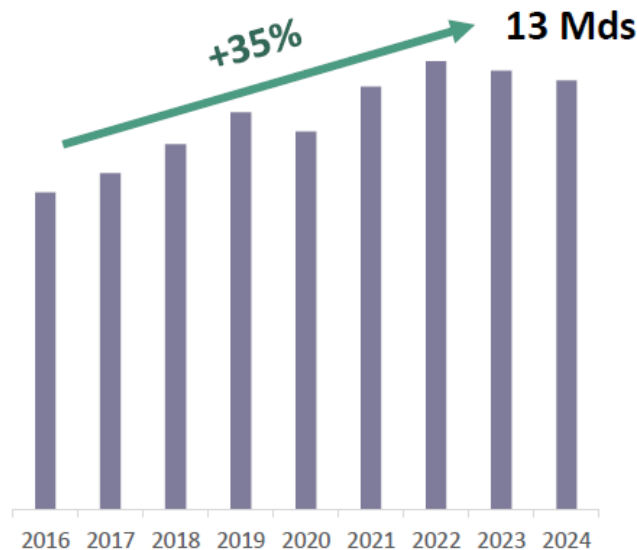
CB : c'est une activité dynamique



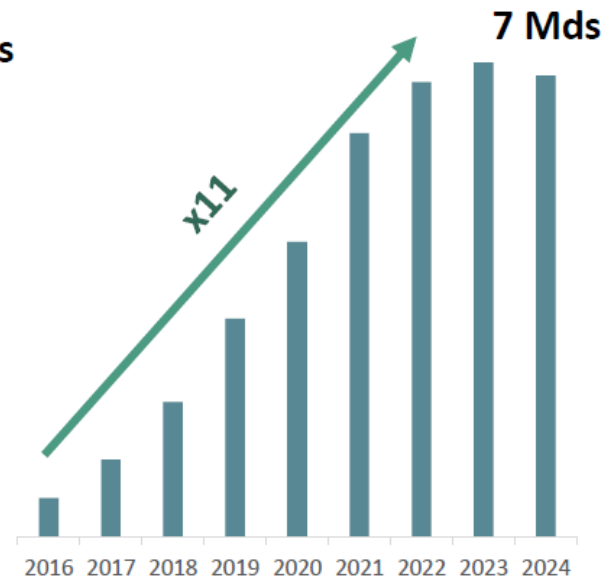
Cartes CB et TRD



Paielements CB



Paielements CB sans contact



Une fraude maîtrisée avec des taux de fraude paiement CB, et notamment VAD à leur plus bas depuis 2016

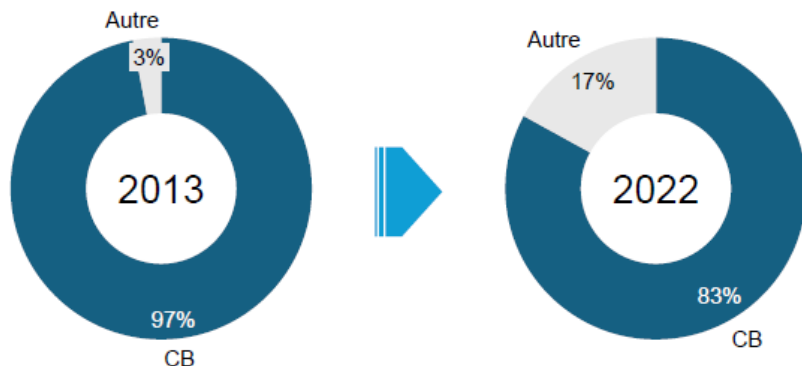


Dynamique 2026: la réponse aux commerçants



Depuis 10 ans, CB est confronté à une érosion de ses parts de marché

Le constat : un recul des parts de marchés



En 10 ans, CB a perdu ~ 14% de part de marché

Les causes de ce recul sont plurielles

- Les émissions ICS only des néo-banques (N26, Revolut, Nickel...) et plus récemment le **décobadging** de banques retail (BPCE, Boursobank...)



- Investissement digital centré sur le projet européen **EPI** (projet arrêté en 2022 sur le volet cartes)





Les atouts de CB sont reconnus par l'ensemble de l'écosystème, et notamment par les commerçants



« CB, jusqu'à 10 fois moins cher, et toujours plus sécurisé ! »



Suite à l'arrêt du volet carte EPI, les banques françaises ont réaffirmé, fin 2022, leur soutien stratégique à CB

**Le programme stratégique CB Dynamique 2026,
voté à l'unanimité par les membres CB**

PILIER I

offre et projets



**Une accélération de la
digitalisation et du
déploiement des offres CB**

PILIER II

business development



**Un « mindset » CB encore
plus orienté « business »**

PILIER III

communication



**Une amplification de la
communication CB**



Focus sur l'accélération de la digitalisation et du déploiement des offres CB



SoftPOS
apple ou Android



Sans Contact +
> 50€



Open payment
50 villes déployées



Paiement mobile

2024+



Paiement en ligne
fluide et sécurisé



Mise à jour des données CB
Continuité
abonnement
+ de CA



Exemption à l'authentification forte
+ transfo
+ de CA
- de fraude



**TOKENISATION
CARD ON FILE CB**





Dynamique CB 2026 : Une nouvelle identité de marque tournée autour de la souveraineté

PILIER III

Une campagne « paye in France » initié au début de l'année 2024...



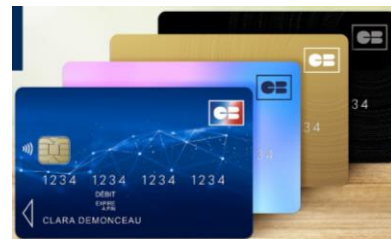
... qui a permis d'ancrer le nouveau logo CB « BBR », porteur des valeurs de CB et de valeur ajoutée pour les commerçants

Dans le commerce



En e-commerce

En physique





Une nouvelle Stratégie Nationale des Moyens de paiements à l'horizon 2030, qui valorise les actifs souverains CB et Stet

**Banque de France**
227 771 abonnés
3 j • Modifié • 

 Le Comité national des moyens de paiement (CNMP) publie la nouvelle stratégie nationale des moyens de paiement pour les cinq prochaines années, de 2025 à 2030.

 Ces orientations visent à accompagner la dématérialisation des **#paiements**, tout en garantissant un accès constant aux espèces et une meilleure autonomie française et européenne dans ces nouveaux usages numériques.

 La nouvelle **#stratégie** cherche aussi à répondre aux défis sociétaux, en particulier les enjeux d'inclusion et les impératifs de durabilité suscités par les changements environnementaux et climatiques.

Découvrez en vidéo la stratégie 2030 du CNMP 



Axe 1 Confiance et Durabilité	Axe 2 Anticipation et Innovation	Axe 3 Attractivité et Souveraineté
Lutter contre la fraude et maintenir un haut niveau de sécurité des paiements	Accompagner le développement des virements instantanés	Soutenir les solutions pan-européennes et nationales de paiement
Garantir la robustesse et la résilience de la filière des paiements	Faciliter la numérisation et l'innovation technologique dans les parcours de paiement	Préparer l'éventuelle émission d'un euro numérique de détail
Renforcer l'acceptabilité et l'accessibilité des différents moyens de paiement	Répondre aux enjeux opérationnels de la filière fiduciaire	Œuvrer au renforcement de l'écosystème SEPA
Œuvrer à rendre les paiements transfrontaliers plus rapides, transparents et moins coûteux	Faire de la donnée un levier d'enrichissement et d'anticipation des usages	Pérenniser un pôle public de production fiduciaire aux niveaux national et Eurosysteme
Maîtriser l'empreinte carbone et environnementale des paiements de détail	Se préparer à la circulation de nouveaux actifs de règlement	Développer l'influence française en Europe et à l'international

Contribution CB :  Oui  Limitée / sans objet



3 **Attractivité et souveraineté**

il faut aussi s'assurer de l'autonomie française
et européenne dans ces nouveaux usages.



CB: les atouts pour les commerçants



Quel intérêt de choisir CB ?

**Taux de
conversion
le + élevé**

**Taux de
fraude
le + bas**

**Coût de la
transaction
le + attractif**



Un système de paiement ouvert qui associe les acteurs majeurs de l'écosystème et démontre la souveraineté de CB

- ✓ **Un système résilient et une haute disponibilité des infrastructures**

Aucun incident majeur liés à CB/STET sur les 10 dernières années

- ✓ **Données stockées en France en conformité avec le RGPD**

Pas d'exploitation commerciale ou revente des données à des sociétés tierces

- ✓ **Protection des commerçants contre les impayés commerciaux** (commercial dispute / chargebacks).

Irrévocabilité de l'ordre de paiement donné par carte bancaire



Le choix de la marque

- ⇒ Règlement UE 2015/751 du 29 avril 2015 relatif aux commissions d'interchange pour les opérations de paiement liées à une carte (« IFR »)
- ⇒ Possibilité pour le commerçant de choisir une marque préférée, avec modification possible de la part du consommateur

Actions de CB:

- Courriers aux e-commerçants
- Explications aux fédérations dans un texte envoyé, repris par les partenaires



**le paiement
made in France***

*Le paiement français