

Fournisseurs :
accepter
la carte d'achat

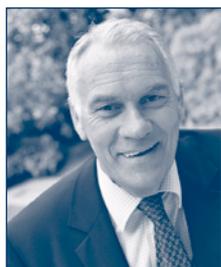
APECA



Sommaire

Introduction	1
Le contexte général de la carte d'achat	2
Replacer la carte d'achat dans le contexte d'évolution des processus d'achats	2
La carte d'achat, pour faciliter et optimiser les achats	2
La carte d'achat, une internationalisation croissante	3
Etats-Unis, un marché mature toujours en croissance forte	
Un marché britannique tiré par la demande du secteur public	
Un marché émergent en France, à très fort potentiel de développement	
La dématérialisation de la facture ouvre la voie à de nouveaux gains de productivité ...	5
Bien comprendre la carte d'achat	6
La carte d'achat en bref	6
Qu'est ce que la carte d'achat ? / Qu'apporte la carte d'achat aux entreprises acheteuses ?	
Que peut-on acheter avec une carte d'achat ?	
Quelles sont les différences avec une carte bancaire pour les particuliers ?	
Quelles sont les organisations qui utilisent la carte d'achat en France ?	
Quel est l'intérêt pour un fournisseur de proposer la carte d'achat ?	
Quels sont les coûts liés à la carte d'achat ?	
Comment faut-il procéder pour accepter une carte d'achat ?	
Faut-il changer d'établissement financier ? / La mise en place de la carte d'achat est-elle simple ?	
Combien de temps faut-il compter pour la mise en place ? / Y a-t-il des risques de fraude ?	
Les acteurs du système de carte d'achat	9
Les fournisseurs et les commerçants / Les acheteurs	
Les établissements financiers / Les réseaux de carte	
Les prestataires techniques	
Les données échangées	10
Les données de paiement [niveau I]	
Données complémentaires de pied de facture [niveau II]	
Données détaillées de facture [niveau III]	
Données de dématérialisation fiscale de la facture [niveau IV]	
Les principes de fonctionnement	12
A - La commande	
B - Le paiement	
C - Transmission des données de transaction financière (relevés détaillés)	
D - Transmission des factures dématérialisées	
Principes économiques généraux	13
La dématérialisation de la facture en bref	14
Principes généraux	14
La carte d'achat et la dématérialisation fiscale	14
Evaluer l'impact de la carte d'achat	16
Bien s'informer sur la carte achat	16
Comprendre les avantages de la carte d'achat	18
Définir ses objectifs	19
Evaluer l'impact sur les processus	21
Mettre en œuvre la carte d'achat	22
Choisir un établissement financier	22
Opter pour la solution technique la plus appropriée	26
Se coordonner avec quelques clients pour la mise en œuvre	32
Conclusion : des principes à adapter à la réalité de la situation	33
Glossaire	34
Le rôle de l'APECA	35
Les sponsors	37

Introduction



La carte d'achat poursuit un très intéressant développement dans le secteur public, en phase avec les objectifs initiaux du Ministère des Finances : de plus en plus de collectivités locales, de ministères ou d'organismes du secteur public déploient celle-ci, déléguant ainsi l'acte d'achat au plus près du besoin des utilisateurs opérationnels.

Le monde anglo-saxon continue sa mise en oeuvre avec un développement puissant.

Malgré une offre de logiciels, fiable et attractive, mettant en oeuvre avec succès la carte d'achat en France, les entreprises privées restent encore trop peu nombreuses à en connaître et donc en apprécier les avantages.

L'APECA s'emploie, conformément à son rôle et comme elle le fait depuis sa création il y a plus de trois ans, à remplir sa mission d'information, de pédagogie et de concertation auprès des acteurs impliqués sur ce marché.

Doter une entreprise d'un système de cartes d'achat n'est pas tout. Les objectifs sont nombreux et parmi eux il faut remarquer la simplification des relations clients fournisseurs.

Or, comparativement à d'autres pays équivalents en Europe ou dans le monde, trop peu de fournisseurs offrent aujourd'hui en France cette possibilité à leurs clients.

C'est donc l'objectif de ce 3^{ème} cahier pédagogique que de permettre aux fournisseurs de bien appréhender l'évolution de ce marché, d'en comprendre les grands principes, d'en apprécier les avantages et de présenter de nombreux témoignages concrets d'acteurs impliqués dans la mise en oeuvre de la carte d'achat.

En ouvrant ainsi un volet fournisseur très attendu, l'APECA a souhaité apporter une réponse constructive à tous ceux qui s'interrogent sur la façon dont la carte d'achat peut donner un nouvel horizon à leur développement et à leur performance...

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'B. Siouffi'.

Bernard Siouffi
Président de l'APECA

Le contexte général de la carte d'achat

L'essor de la carte d'achat s'inscrit dans le grand mouvement général de rationalisation et de simplification des processus d'achat amorcé dans les années 90.

Replacer la carte d'achat dans le contexte d'évolution des processus d'achats

La globalisation des échanges, l'évolution des technologies et le ralentissement de l'économie ont incité, depuis quelques années, les entreprises à rechercher tous les moyens mis à leur disposition pour diminuer leurs coûts et accroître leur rentabilité.

Les efforts des entreprises ont tout naturellement d'abord porté sur les achats 'stratégiques' importants en volume – en règle générale, les achats de production – pour optimiser, en flux tendu, les achats.

Mais une partie importante des achats effectués est constituée par des achats 'non stratégiques' (frais généraux, intérim, frais de voyage,...), souvent récurrents, dont le coût de gestion peut être parfois très supérieur au montant même de la commande.

Ces achats, en règle générale très disséminés, reposent souvent sur des processus papier qui peuvent représenter jusqu'à 40 % des coûts de gestion de l'entreprise ou de l'organisation et constituent un véritable réservoir de rationalisation et d'amélioration de la rentabilité.

La carte d'achat, pour faciliter et optimiser les achats

Très vite, la carte d'achat s'impose comme un outil de simplification et d'optimisation des achats de faibles montants.

- Elle permet de **décentraliser les processus d'achat** en déléguant aux utilisateurs l'acte d'achat.
- Elle est un **outil simplifiant l'acte commande**, facile à utiliser.
- Elle facilite tous les processus de **contrôle** à priori comme à posteriori, avec un reporting et des **outils d'analyse adaptés**.
- Elle est une **solution de paiement rapide des fournisseurs**.

- Elle permet une **intégration directe dans les systèmes comptables** des données de facturation agrégées périodiquement en un seul relevé.

- Elle permet, au-delà de la dématérialisation de la commande et des flux d'information, d'aller jusqu'au bout de l'optimisation du processus d'achat avec la **dématérialisation⁽¹⁾ fiscale** de bout en bout de la facture.

(1) Dématérialisation : Remplacement d'un document sous forme papier par son équivalent électronique

La carte d'achat, une internationalisation croissante

Etats-Unis, un marché mature toujours en croissance forte

La carte d'achat apparaît d'abord aux Etats-Unis au début des années des années 90.

Elle se développe dans les administrations à l'initiative de

l'administration fédérale, puis dans les entreprises. Son arrivée coïncide avec un besoin et une volonté de moderniser les procédures d'achat publiques et privées.

Etats-Unis : 110 Milliards de \$ de transactions par carte d'achat en 2005

(source : APECA - Copilot Partners)

Le volume total des achats non stratégiques concernés par les cartes d'entreprises est évalué à 500 Milliards d'Euros en 2003 (Etude Garstein).

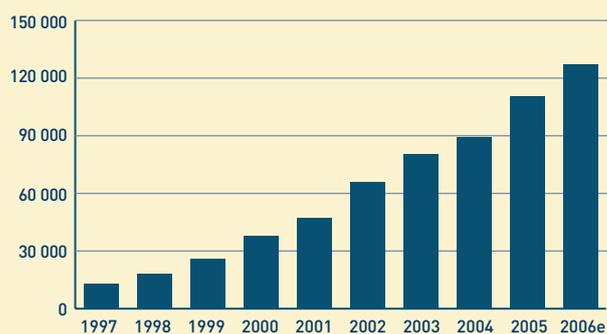
A fin 2003, le volume d'affaire transitant par la carte d'achat s'élevait à 80 Milliards de \$ aux Etats-Unis avec près de 3,5 millions de porteurs de cartes d'achat.

Deux ans après, il atteint 110 Milliards de dollars, avec une croissance attendue de plus de 11 % par an.

Le montant moyen constaté du panier d'achat de la carte d'achat s'établit aux alentours de 370 \$ par transaction.

Sur ce marché, on constate l'élargissement de l'utilisation à de nombreuses catégories d'achats, telles que les prestations intellectuelles, le transport et le voyage, ainsi que les activités de maintenance, toutes en forte croissance.

Volume d'achat via Purchasing Card (US M\$) - Marché Américain



1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006e
13 000	18 000	26 000	38 000	47 000	65 900	80 300	89 133	110 500	127 075

Marché US (M\$)

Un marché britannique tiré par la demande du secteur public

La carte d'achat fait ensuite son apparition en Europe vers le milieu des années 90. Au Royaume-Uni, l'administration britannique décide d'introduire la carte d'achat en octobre 1997 comme

l'une des trois pratiques clés pouvant contribuer à la rationalisation des coûts.

La « Government Procurement Card » au Royaume Uni

(source APECA)

Le contexte

Sur les 13 milliards de £ (19 Milliards d'euros) de dépenses annuelles d'approvisionnement de l'administration britannique (organismes publics et Ministères), les achats non stratégiques représentent une part de près de 30 %.

Dans ces dépenses, les achats de routine périodiques (consommables, produits d'entretien...) ne représentent en valeur que 300 M£ (440 M€), soit 2,3 % des dépenses annuelles. Mais si l'on y regarde de plus près, ces dépenses se traduisent par 2 à 3 millions de commandes d'un montant d'environ 100 £ chacune, avec un coût de traitement estimé aux alentours de 100 £ (140 €) par transaction.

En octobre 1997, l'administration britannique décidait d'introduire la carte d'achat comme l'une des approches clés - avec la généralisation de l'usage du commerce électronique et la mise en place de contrats cadres avec les fournisseurs - pour rationaliser les achats de produits et services de faible valeur.

L'objectif

L'objectif à terme visait une économie de 70 à 90 millions de £ par an (100 à 130 M€) sur ces types d'achats.

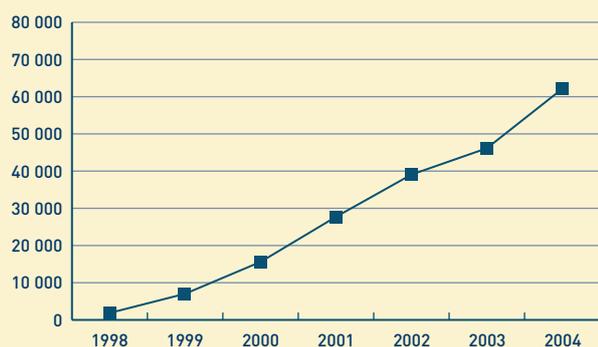
Les résultats

Après un démarrage initial un peu lent, le marché s'est emballé avec plus de 50 % de croissance annuelle sur les deux dernières années et s'est traduit par des résultats très positifs.

5 ans après l'initialisation du projet, le coût unitaire de traitement d'une facture avait déjà été abaissé d'environ 28 £, alors même que le déploiement de la carte achat n'était que partiel.

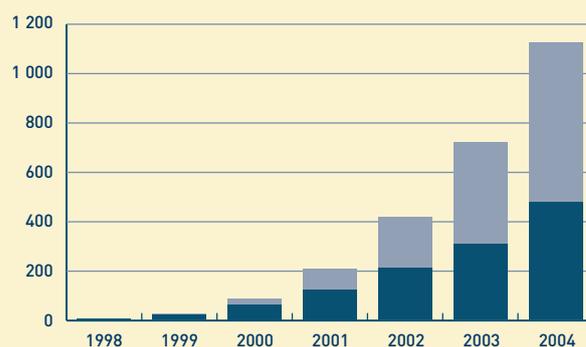
La politique d'achat a pu être rationalisée : 26 % des flux de transactions se sont concentrés sur 10 fournisseurs (principalement les fournitures de bureau, les ordinateurs et les consommables ainsi que le travail intérimaire) ; les économies pour l'année 2004 ont atteint 67 M£.

Nombre de cartes d'achat utilisées



1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1 872	7 032	15 592	27 708	39 057	46 133	62 120

Dépenses annuelles via carte d'achat (M£)



	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Secteur Public	3	20	61	122	208	305	475
Secteur Privé	3	3	23	84	207	415	647
TOTAL	6	23	84	207	415	719	1 122

En savoir plus : <http://www.purchasingcard.info>

Un marché émergent en France, à très fort potentiel de développement

En France, la carte, jusque là essentiellement utilisée par des entreprises privées, a connu un faible développement dans les années 90. Au début des années 2000, devant les résultats obtenus dans les pays anglo-saxons, le Ministère de l'Economie,

des Finances et de l'Industrie (MINEFI) décide, à l'issue d'une phase pilote sur 9 sites très positive et riche d'enseignements, d'enclencher une procédure de généralisation de l'utilisation de la carte d'achat dans le secteur public.

La carte d'achat et la dématérialisation de l'achat public

(source APECA)

Avec la publication du décret n°2004-1144 du 26 octobre 2004, le recours à la carte d'achat est désormais ouvert aux services de l'Etat, collectivités locales et établissements publics et devient un mode d'exécution des marchés publics.

Les objectifs sont simples : ils visent essentiellement à diminuer les coûts de gestion des processus achats et redéployer les efforts vers une relation fournisseur mieux pilotée.

Les achats non stratégiques, souvent de faibles montants, coûtent très chers en traitement administratif. En effet, ces achats représentent à peine plus de 4 % de la valeur des dépenses d'achat de la sphère publique, mais parfois plus de 75 % du volume de transactions.

Lorsque l'on sait que le coût complet de traitement d'une commande représente de 80 à 120 € de la commande à la comptabilisation de la facture, les économies de gestion qu'une organisation peut en retirer sont importantes.

Le rythme d'adoption voire d'extension de la carte d'achat au sein des entités publiques s'est nettement accéléré en 2005 : généralisation au ministère de la Défense, dans les services centraux de Bercy, au CNRS de Meudon, à la ville et la communauté urbaine d'Amiens ou encore au Conseil Général de Poitou Charentes. La progression de la carte d'achat en sphère publique touche toutes les structures administratives et elle sera bientôt opérationnelle dans des grandes villes (Paris, Cannes, Courbevoie), des conseils généraux (départements de la Somme, de Charente-Maritime), des établissements publics locaux (communautés urbaines du Havre, de Marseille), des universités (Paris VI)...

Pour en savoir plus :

www.colloc.minefi.gouv.fr/colo_struct_gest_loca/mode_moye_2/cart_dach.html

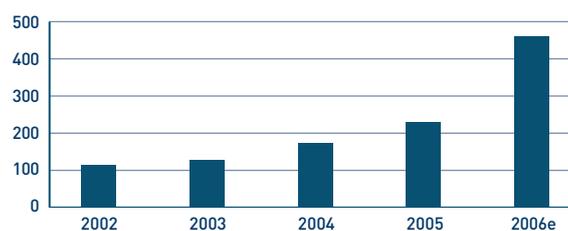
Pour en savoir plus sur le décret :

www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=ECOR0403086D

Cette impulsion donnée par le Minefi a également des répercussions sur les entreprises du secteur privé où les projets se multiplient, tant dans les grandes entreprises internationales que les PME (Thalès, La Poste, Nestlé, etc.).

En 2010, au rythme de croissance actuel, il devrait y avoir entre 50 et 100 000 porteurs de cartes d'achat en France.

Volume d'achat par carte d'achat (M€) - Marché Français



Source : APECA - Copilot Partners

La dématérialisation de la facture ouvre la voie à de nouveaux gains de productivité

Si la dématérialisation des flux de commande et la dynamique d'internationalisation des échanges ont beaucoup fait en amont pour l'optimisation des processus d'achats, la persistance de la facturation papier constitue un réservoir important de productivité et d'amélioration, tant du côté des fournisseurs que de l'administration des achats.

L'assouplissement de la législation qui permet, depuis le 1^{er} juillet

2003, l'échange de factures par voie électronique, sécurisées au moyen d'une signature électronique, ouvre dorénavant le champ d'application de la dématérialisation des factures au sens fiscal du terme à toutes les organisations.

La dématérialisation des flux de commande et des données de facturation fait de la carte d'achat un outil naturel de familiarisation avec les principes de dématérialisation fiscale.

Bien comprendre la carte d'achat

*Ce chapitre présente un rappel des grands principes de la carte d'achat : principes de fonctionnement, acteurs, modèles économiques, dématérialisation au sens fiscal du terme qui sont détaillés dans le cahier pédagogique N°1 de l'APECA : **'La carte d'achat, gérer et optimiser les processus d'achats'**.*

*Par ailleurs, dans cette même collection, le cahier pédagogique N°2 **'Comprendre, choisir et mettre en œuvre la carte d'achat'** offre un bon complément, centré sur les préoccupations des entreprises, des administrations et des collectivités souhaitant utiliser la carte d'achat pour gérer leurs achats. Il constitue également un complément utile pour comprendre la carte d'achat.*

Ces deux cahiers sont toujours disponibles auprès de l'APECA ou téléchargeables gratuitement sur son site : www.apeca-association.org.

La carte d'achat en bref

» Qu'est ce que la carte d'achat ?

La carte d'achat est un moyen de paiement confié à certains salariés d'une entreprise, d'une administration ou d'une collectivité, mandatés par leur organisation pour effectuer des transactions d'achat auprès de fournisseurs identifiés. Mais la carte d'achat n'est pas qu'un simple moyen de paiement. Elle est surtout un **outil de gestion** et d'optimisation du processus de traitement administratif des achats hors production. Elle présente l'avantage, à la différence d'une carte privative (par exemple, une « carte pétrolière » permettant de payer de l'essence dans un réseau de distribution) de ne pas être restreinte à une seule enseigne mais d'être utilisable de la manière la plus large chez un grand nombre de fournisseurs.

» Qu'apporte la carte d'achat aux entreprises acheteuses ?

La carte d'achat permet de simplifier les processus d'achat et de responsabiliser les acheteurs en leur donnant plus d'autonomie avec des outils de contrôle. Ceci permet, par exemple, de recentrer les acheteurs sur une sélection de fournisseurs ou le traitement des appels d'offre plus stratégiques.

» Que peut-on acheter avec une carte d'achat ?

La carte d'achat a été essentiellement conçue pour répondre au besoin de gestion d'achats courants, aussi appelés achats hors production (**fournitures de bureau, coursiers, personnel intérimaire, matériel informatique, etc.**). Ces achats qui n'entrent pas dans la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise, fréquents et répétitifs, génèrent un nombre élevé de factures, souvent de faibles montants dont le coût de gestion peut être parfois supérieur au montant même de la facture.





Avec le recul, on observe un élargissement progressif de l'utilisation de la carte d'achat à de nombreux autres secteurs comme **le voyage, la maintenance industrielle, le nettoyage, les achats alimentaires, les prestations de conseil, les achats marketing, le transport etc.**

» Quelles sont les différences avec une carte bancaire pour les particuliers ?

Tout d'abord, l'usage de la carte d'achat s'effectue sous la responsabilité de l'entreprise. Le montant des dépenses initiées par la carte est débité sur le compte bancaire de l'entreprise, de l'administration ou de la collectivité.

Ensuite, l'organisation détermine les règles de gestion (contrôles, limites, etc.) qu'elle souhaite voir appliquer aux utilisateurs de la carte.

Enfin, dernière différence, une information détaillée et enrichie est fournie sous forme de relevés électroniques ou papier aux fournisseurs, comme aux acheteurs.

» Quelles sont les organisations qui utilisent la carte d'achat en France ?

3 secteurs sont particulièrement dynamiques au sein de l'hexagone :

- **Le secteur public** : Depuis 3 ans, le secteur public, sous l'impulsion volontariste du Minefi a lancé un grand plan de modernisation et de refonte des processus d'achat. De plus en plus de collectivités publiques et d'administrations s'équipent en cartes d'achat.
- **Les grandes entreprises internationales** : Souvent équipées de carte d'achat aux Etats-Unis, de plus en plus de grandes entreprises internationales, instruites par les expériences réussies outre atlantique, déploient des programmes de carte d'achat dans le monde entier, en liaison souvent avec une refonte de leurs portefeuilles de fournisseurs.
- **Les PME** : Souvent mal équipées en systèmes d'information pour gérer leurs achats, elles sont de plus en plus nombreuses à percevoir la carte d'achat comme un moyen simple de simplifier les circuits de commande et les 'procédures papier' et d'externaliser la gestion du processus d'achat de biens et de services non stratégiques.

» Quel est l'intérêt pour un fournisseur de proposer la carte d'achat ?

L'intérêt pour un fournisseur est évidemment très variable selon son secteur d'activité, le type de produits vendus, sa taille ou son organisation. Les avantages de la carte d'achat pour un fournisseur s'articulent autour de cinq points principaux :

- Elle permet tout d'abord de réduire les coûts de gestion en améliorant les processus ou en supprimant certains postes (relance client) ;
- Elle permet ensuite d'améliorer la trésorerie en diminuant considérablement les délais de règlement qui sont ramenés à moins de 5 jours ouvrés, là où en France ils sont en moyenne à 45 jours ;
- Elle permet également d'accroître de manière incrémentale les ventes, en contribuant à fidéliser les clients et en bénéficiant de l'effet mécanique de la rationalisation des fournisseurs ;
- Elle est ensuite une source d'économies importantes avec la dématérialisation des factures, souvent proposée en option ;
- Elle est un outil qui permet d'apporter à ses clients un meilleur service et source de fidélisation.

» Quels sont les coûts liés à la carte d'achat ?

Le modèle économique de la carte d'achat est assez similaire à celui des autres cartes d'entreprises. Du côté de l'acheteur, les coûts payés à l'établissement financier distributeur peuvent s'exprimer en cotisations sur les cartes, en commissions sur les services. Chez le fournisseur, les conditions varient suivant les établissements financiers, mais globalement, le principe reste assez similaire d'un établissement à l'autre. Il comporte des frais fixes, essentiellement liés à la mise en place des fonctions d'acceptation - terminal physique, interface logiciel, ou service à distance (ASP) - ainsi que des coûts de fonctionnement calculés sur la base d'un pourcentage des transactions.

» Comment faut-il procéder pour accepter une carte d'achat ?

Il faut tout d'abord s'adresser à l'un des établissements financiers qui propose une offre de cartes d'achat. Après sélection, il faut souscrire un contrat commercial définissant les règles de gestion et les conditions d'utilisation du service fourni par l'établissement financier. Il faut ensuite choisir, avec l'aide de l'établissement financier, la solution technique la plus appropriée pour accepter les paiements par carte et transmettre les informations relatives à la transaction à l'établissement financier.

» Faut-il changer d'établissement financier ?

De plus en plus de grands établissements financiers disposent d'une offre de carte d'achat inscrite à leur catalogue et il est probable que le vôtre en fasse partie ? A priori, il n'est pas nécessaire d'en changer.

Toutefois, comme d'un établissement à l'autre, les conditions économiques ou les services proposés peuvent différer, il est de l'intérêt de chaque fournisseur de comparer soigneusement les offres et de faire jouer la concurrence.

Dans certains cas, l'absence d'interbancaireté entre certains réseaux d'émission de cartes peut imposer d'ouvrir un compte dans un autre établissement financier, mais cela reste exceptionnel.

» La mise en place de la carte d'achat est-elle simple ?

En règle générale, la mise en place de la carte d'achat chez un fournisseur est assez simple. Elle dépend essentiellement de la taille du fournisseur et surtout du degré d'intégration voulu avec le système d'information (prise de commande et de facturation).

Il est capital, en tout premier lieu, de bien définir ses objectifs, selon les volumes attendus, de manière à opter pour la solution technique la plus appropriée.

- La carte d'achat peut être mise en œuvre très rapidement par un fournisseur qui gère des volumes faibles de transactions, en optant pour une solution simple de saisie manuelle en ligne des transactions.

- En revanche, pour une grosse entreprise internationale vendant ses produits sur des canaux multiples (agences, vente à distance, Internet, bornes d'achat, e-procurement), l'intégration de la carte achat à l'ensemble des applicatifs nécessite une approche plus réfléchie avec les prestataires techniques.

La plupart des établissements financiers proposant la carte d'achat peuvent vous accompagner dans cette démarche ou, à défaut, pour les projets plus complexes un certain nombre de cabinets de conseil.

» Combien de temps faut-il compter pour la mise en place ?

Les délais de mise en place varient selon la taille du fournisseur et du degré d'intégration souhaité.

Dans la majorité des cas, un marchand avec de faibles volumes de transaction peut-être opérationnel et accepter les premières transactions en moins de 48H.

Une approche plus intégrée demande plus de temps, notamment dans l'analyse des interfaces entre les processus. Cela peut prendre alors plusieurs mois entre l'étude préalable et la mise en opération.

» Y a t-il des risques de fraude ?

Le niveau de sécurité de la carte d'achat est celui de toutes les cartes de paiement bancaires. De surcroît, des contrôles supplémentaires augmentent encore ce niveau de sécurité.

Les retraits d'argent peuvent être bloqués. La carte ne fonctionne que sur les fournisseurs que l'entreprise a choisi de référencer. La carte est nominative avec une adresse de livraison associée. Enfin, les paramètres associés à la carte limitent son utilisation.

Les acteurs du système de carte d'achat

Comme dans tout système monétaire classique, le système de carte d'achat est construit sur une relation qui fait intervenir plusieurs groupes d'acteurs :

- Les fournisseurs et les commerçants ;
- Les acheteurs ;
- Les établissements financiers ;
- Les réseaux de cartes ;
- Les prestataires techniques.

» Les fournisseurs et les commerçants

Les fournisseurs qui souhaitent accepter les transactions de paiement par carte d'achat doivent contracter avec leur établissement financier⁽²⁾ pour définir précisément les conditions économiques et techniques du service.

» Les acheteurs

De manière identique, pour pouvoir utiliser les services de la carte d'achat, une entreprise, une administration ou une collectivité doit contracter avec son établissement financier⁽³⁾ et définir les conditions d'utilisation de la carte. Les cartes d'achat étant détenues par des personnes physiques pour le compte d'une organisation (à la différence des cartes privées détenues par des personnes physiques pour une utilisation privée), le contrat lie une personne morale à l'établissement financier émetteur de la carte. C'est donc sous l'autorité de cette personne morale, qui définit au sein de l'entreprise les règles de gestion de la carte, que les porteurs de carte utilisent leur carte d'achat.

» Les établissements financiers

Les établissements financiers constituent l'intermédiaire technique et financier entre les acheteurs et les fournisseurs. Ils émettent et gèrent les cartes pour le compte des acheteurs (création, modification, suppression des cartes, paramétrages, gestion des habilitations et des plafonds).

Ils développent leur réseau d'acceptation pour accroître le nombre de fournisseurs accepteurs de la carte.

» Les réseaux de carte

Ils sont chargés d'organiser et de piloter les échanges de transaction entre les différents établissements financiers dans le monde et gérer les moyens communs mis à leur disposition.

Ils élaborent l'architecture générale des systèmes de carte d'achat, les normes et les procédures interbancaires nécessaires à leur fonctionnement et veillent à leur respect. Ils sont les garants des règles définissant chacune des fonctions du système – émission de cartes, gestion des retraits, acceptation des paiements – ainsi que des spécifications techniques et des outils d'échange d'informations.

Les grands réseaux de carte les plus couramment rencontrés sont American Express, Visa et MasterCard, ces deux derniers représentés en France par le Groupement Cartes Bancaires CB.

» Les prestataires techniques

Ils fournissent au marchand l'ensemble des équipements – sous forme de matériels (TPE), de logiciels d'acceptation ou de service en ligne (ASP) – permettant d'accepter les paiements par carte et de traiter les flux de paiement jusqu'à l'établissement financier du marchand.

Les prestataires d'acceptation les plus couramment rencontrés sur le marché français sont ITS, Ogone, Atos Worldline.

De nombreuses solutions de carte d'achat comportent une option de dématérialisation fiscale des factures avec des prestataires techniques tels que b-process, Deskom ou Atos Worldline par exemple.

(2) On parle alors d'établissement financier acquéreur

(3) On parle alors d'établissement financier émetteur

Les données échangées

La carte d'achat est un moyen de paiement en même temps qu'un outil de gestion : elle permet le paiement en même temps que l'échange des données relatives à la commande et la facturation entre un fournisseur et un client.

» Les données de paiement (niveau I)

Historiquement, les données de transactions financières, acheminées entre les fournisseurs et les différents établissements financiers concernés, sont les données habituelles d'une transaction de paiement figurant sur le ticket de paiement imprimé par le terminal de paiement électronique (TPE) lors d'une transaction classique de paiement par carte.

Elles sont donc strictement limitées à :

- l'identifiant du fournisseur ;
- l'identifiant de l'acheteur (c'est-à-dire le numéro de carte d'achat) ;
- le numéro d'autorisation de la transaction de paiement et le montant total TTC de la transaction ;
- Le pied de facture TTC.

Ces données sont généralement appelées données de niveau I.

» Données complémentaires de pied de facture (niveau II)

Pour offrir dans un premier temps un niveau plus fin de gestion et permettre de mieux caractériser les données de transactions financières, deux types de données ont été rajoutées aux données de base de la transaction financière:

- les données présentes dans l'en-tête de la facture, telles que les références clients et fournisseurs ;
- le montant total de la TVA de la transaction de paiement.

Ces données sont appelées données de niveau II.

» Données détaillées de facture (niveau III)

Enfin, de manière à permettre la gestion au niveau le plus fin souhaité, en fournissant l'ensemble des données détaillées de facturation aux entreprises acheteuses, les systèmes monétiques ont été adaptés pour permettre :

- l'ajout des données supplémentaires figurant dans l'en-tête de facture (numéro de commande, de facture, centre de coûts, adresses de facturation, livraison, etc...),
- le détail des lignes de facturation (référence de l'article, quantité, prix unitaire, prix total, etc...) et les données du pied de facture (ventilation des taux de TVA, totaux).

Ces données serviront à l'édition de relevés d'opérations papier et électroniques.

On parle alors de facture électronique. La facture papier doit toujours être adressée au client pour conformité fiscale.

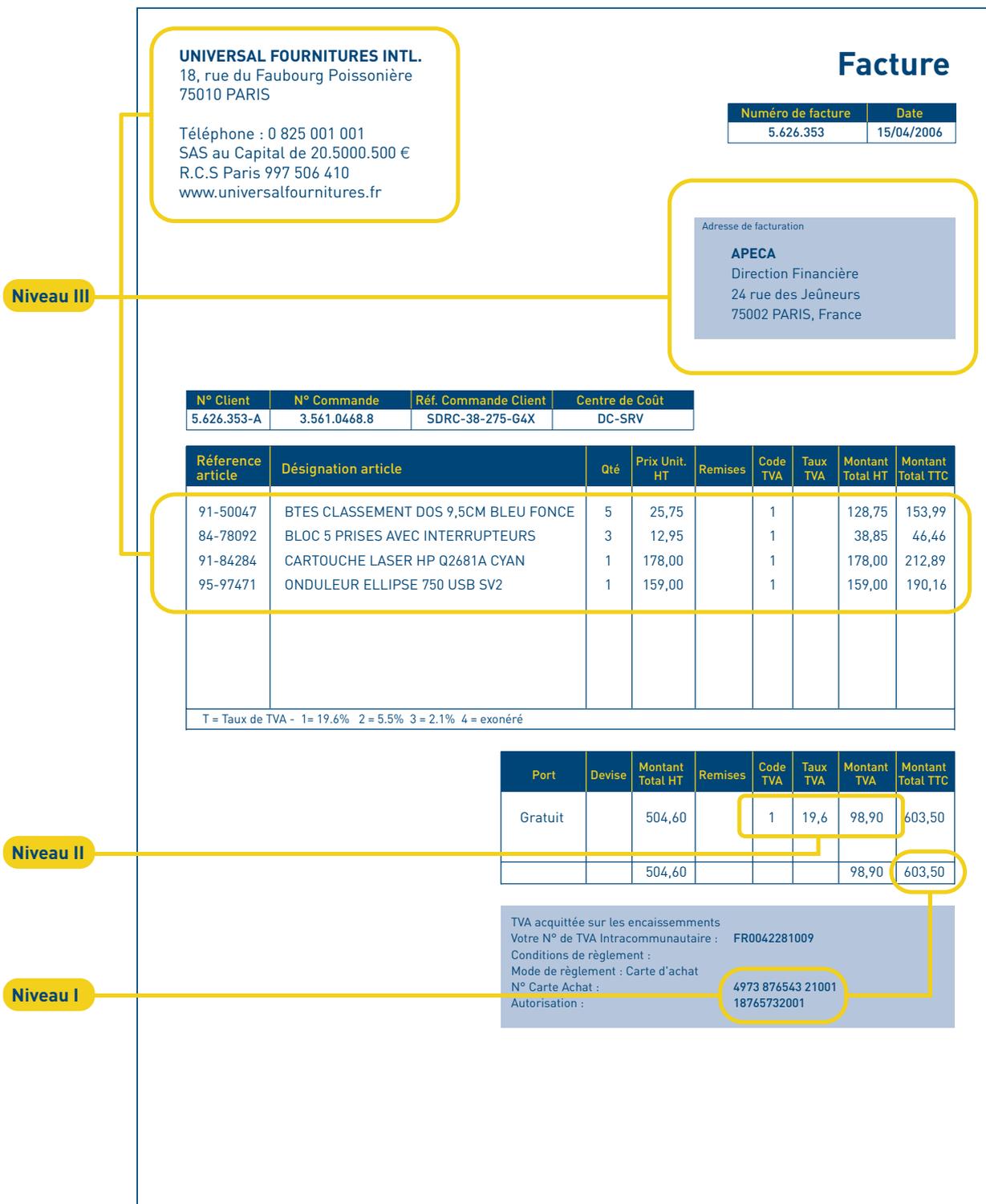
» Données de dématérialisation fiscale de la facture (niveau IV)

Lorsqu'un fournisseur et l'un de ses clients décident de dématérialiser l'ensemble du processus au-delà de la commande et du paiement, dans un mode électronique pour supprimer la facture papier, l'ensemble des données de factures est véhiculé jusqu'à la plate-forme de dématérialisation fiscale.

On parle alors de facture électronique dématérialisée au sens fiscal. Il n'y a plus de facture papier.

Figure 1

(données non exhaustives)



Les principes de fonctionnement

Le fonctionnement de la carte d'achat est simple : une fois effectuée la phase préalable d'enregistrement d'un nouvel utilisateur, précisant notamment les niveaux d'autorisation de dépenses (par exemple : limites par fournisseurs, limites quotidiennes, mensuelles, etc.), il s'effectue en quatre grandes phases :

A - La commande

1 – Transmission de la commande :

Le titulaire d'une carte d'achat passe directement sa commande **(1)** chez son fournisseur sur place ou à distance, à son gré.

Pour régler ses achats, il est identifié⁽⁴⁾ simplement par son numéro de carte et sa date de validité, de manière automatique en insérant sa carte d'achat dans le terminal de paiement du fournisseur lors d'un achat de proximité ou en les communiquant lors du processus de commande par le canal choisi (téléphone, Internet, fax etc.) du fournisseur, s'il s'agit d'un achat à distance.

2 – Demande d'autorisation :

La commande saisie chez le fournisseur et donc valorisée déclenche une demande d'autorisation vers son établissement financier qui la transmet à l'établissement financier de l'acheteur **(2)**.

Après vérification du bien fondé de la transaction d'achat (date de validité de la carte d'achat non expirée, solde en fonction du plafond d'autorisation et du fournisseur référencé), l'établissement financier envoie en retour une acceptation de paiement (ou éventuellement un motif de refus) **(2)**. En cas de refus, le fournisseur communique le motif à l'acheteur.

3 – Livraison de la commande :

Si la demande d'autorisation est accordée, le fournisseur peut alors livrer **(3)** le bien ou le service commandé et facturer après la livraison (la facture doit porter la mention 'acquittée').

- la commande ;
- le paiement ;
- l'agrégation et la transmission des données de facturation ;
- la dématérialisation de la facture.

B - Le paiement

4 – Transmission des données de transaction financière :

Le fournisseur transmet pour règlement ses données de paiement (Niveau I) et/ou ses données de facturation (Niveau II et III) à son établissement financier par une procédure appelée télécollecte **(4)**.

5 – Règlement :

Les données sont acheminées vers l'établissement financier de l'acheteur **(5)** pour une demande de règlement. Le fournisseur est directement crédité par son établissement financier.

C - Transmission des données de transaction financière (relevés détaillés)

6 – Emission des relevés de facturation :

Suivant la périodicité choisie, les établissements financiers regroupent les opérations de paiement élémentaires effectuées pendant la période concernée et les transmettent respectivement au fournisseur et à l'acheteur **(6)** sous formes de relevés détaillés papier et/ou électroniques.

(4) L'identification de l'acheteur se fait par le numéro de carte. Son authentification s'effectue à l'aide du code de la carte à puce (achat de proximité) ou le code CVX (vente à distance).

D - Transmission des factures dématérialisées

Avec la carte d'achat, la dématérialisation des flux de commande et des données de facturation ouvre une voie naturelle à la dématérialisation fiscale de la facture du fournisseur.

7 – Transmission des données de facturation :

Deux solutions sont possibles :

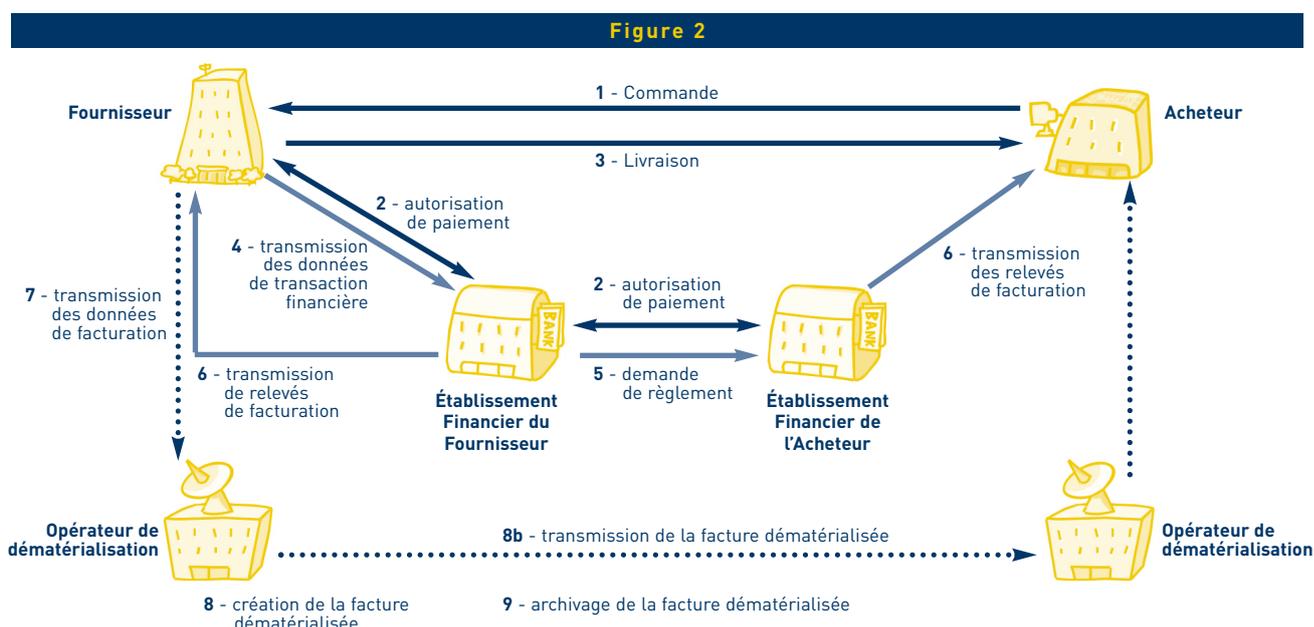
- Le fournisseur transmet directement les données de factures à un opérateur de dématérialisation (7).
- L'établissement financier se charge de transmettre les données de factures à l'opérateur de dématérialisation.

8 – Création de la facture dématérialisée :

Celui-ci procède à la création⁽⁵⁾ de la facture dématérialisée (8a) pour le compte du fournisseur et à l'issue, la transmet à l'opérateur de dématérialisation choisi par l'acheteur (ou à l'acheteur) (8b). Le fournisseur n'a plus à produire de facture papier.

9 – Archivage :

Les factures émises par le fournisseur et celles reçues par l'acheteur doivent être archivées, en ayant recours éventuellement à un tiers archiveur (9), selon les obligations fiscales en vigueur (double archivage : 1 exemplaire pour le compte du fournisseur et 1 exemplaire pour le compte de l'acheteur).



Principes économiques généraux

Comme pour tout produit monétique, les principes généraux d'utilisation sont régis par les relations contractuelles, liant d'une part le fournisseur à son établissement financier et, d'autre part, l'entreprise acheteuse au sien. Bien entendu, les conditions économiques peuvent varier suivant les établissements financiers mais, très schématiquement, les échanges économiques sont ainsi organisés :

- **Fournisseur** : La carte d'achat offre aux fournisseurs une garantie de paiement en contrepartie d'une commission payable à son établissement financier. Celle-ci s'exprime, en règle générale, sous la forme d'un pourcentage du montant de la transaction. Le compte du fournisseur est crédité du montant des achats quelques jours après la télécollecte des opérations.

- **Acheteur** : Les conditions économiques d'obtention de cartes d'achat dépendent des conditions contractuelles pratiquées par les établissements financiers : elles peuvent s'exprimer en cotisations sur les cartes, en commissions sur les services et la concurrence est de rigueur.

- **Établissements financiers (acqureur et émetteur)** : Pour rémunérer les services d'intermédiation financière fournis par l'acqureur (établissement financier du fournisseur) et l'émetteur (établissement financier de l'acheteur), un système classique de commissions interbancaires, régulé par des organismes interbancaires, s'applique. Il vise à couvrir le service et les risques supportés par chacun des établissements financiers.

(5) Dans certains cas, l'opérateur de dématérialisation de l'acheteur peut être distinct de celui du fournisseur

La dématérialisation de la facture en bref

Principes généraux

En dépit des efforts considérables engagés par les entreprises pour refondre leurs processus de gestion et investir dans des systèmes d'information performants, la facture papier demeure la règle à 95 % et représente un poste considérable en coûts et

en ressources humaines (traitement, impression, expédition, classement, archivage, stockage, recherches, contrôles rapprochement de factures,...).

DEFINITION	USAGE
Facture électronique <ul style="list-style-type: none">• Fichier avec le détail de la facture	<ul style="list-style-type: none">• Transfert, Intégration comptable, rapprochements
Facture dématérialisée fiscale <ul style="list-style-type: none">• Données identiques avec en-tête et pied de facture	<ul style="list-style-type: none">• Vérification par l'administration fiscale

La facture électronique ou sa version fiscale dématérialisée, introduite dans les années 1990, représente une source d'économies importantes, en permettant de diminuer considérablement ces coûts.

Jusqu'à présent, les contraintes des normes de transfert EDI limitaient son utilisation à de très grandes entreprises.

Depuis juillet 2003, la législation permet de transmettre les factures par voie électronique sécurisée à l'aide d'une signature électronique, étendant ainsi les bénéfices de la dématérialisation fiscale à de nombreuses organisations de tailles plus réduites.

La carte d'achat et la dématérialisation fiscale

La carte d'achat, qui permet de dématérialiser en amont le flux de commandes et les données de facturation des achats de petits montants, constitue une excellente étape vers la dématérialisation complète de la facture au sens fiscal du terme.

C'est pourquoi la plupart des offres de services autour de la carte d'achat proposées par les établissements financiers comporte une offre de dématérialisation fiscale des factures.

Un prochain cahier pédagogique de l'APECA fera un point complet détaillé sur la dématérialisation de la facture.



Philippe Vandel

Directeur des Ventes eServices
Guilbert Groupe Office DEPOT

Adosser la carte d'achat à nos offres d'e-procurement pour offrir un service meilleur à nos clients

“Précurseur des outils de commandes électroniques, Guilbert Office DEPOT s'est associé très tôt au projet de développement mené par le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie en apportant, dans son déploiement en France, son expertise et son savoir-faire dans le commerce électronique

L'innovation technologique, partie intégrante de notre offre de services

Nous sommes en effet engagés fortement dans l'optimisation du traitement des achats, en particulier avec nos outils de commandes électroniques (Guilweb) : catalogues, budgets, processus d'approbation qui s'adaptent totalement aux règles de gestion de nos clients grâce à un paramétrage personnalisé. Ces solutions, portées par nos équipes dédiées, représentent aujourd'hui plus de 40 % de nos flux et font partie intégrante de notre offre commerciale.

Anticiper le développement en France de la carte d'achat était, pour nous, un moyen d'apporter un service différenciateur fort, en adossant la carte d'achat à ces outils.

Ceci permet d'offrir un service plus efficace et moins coûteux à nos clients, de gérer nos flux bancaires avec un lettrage automatique de notre comptabilité et de diminuer les coûts des processus grâce à la dématérialisation fiscale des factures.

Nous n'avons pas ménagé nos efforts avec nos prestataires techniques pour interfacier notre système d'information, mais nous avons surmonté les inévitables difficultés pour véhiculer de la manière la plus fluide possible toutes les informations de la transaction par carte d'achat jusqu'au niveau 3.

Ceci nous permet dorénavant de proposer à nos clients une offre simple à mettre en place où, quel que soit le processus de commande, les achats se font avec une traçabilité totale.”



Guilbert Office DEPOT en bref

Le leader de la distribution de fournitures de bureau, consommables bureautique-informatique et mobilier de bureau auprès des entreprises publiques et privées. Office DEPOT est

aujourd'hui implanté dans treize pays en Europe offrant ainsi la garantie de bénéficier de la même qualité de service, quelle que soit la situation géographique des implantations de ses clients.

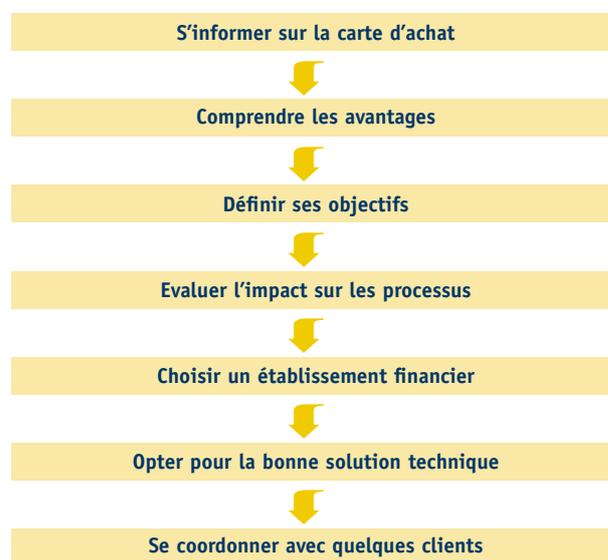
Evaluer l'impact de la carte d'achat

La mise en œuvre d'une carte au sein d'une entreprise, d'une collectivité ou d'une administration est, en règle générale, simple et rapide à mettre en œuvre.

Elle nécessite néanmoins que l'on respecte les quelques étapes indispensables, préalables à la mise en œuvre de la carte.

Bien évidemment, l'étude d'impact préalable peut différer suivant la taille et l'activité d'un fournisseur. Elle est assez simple et rapide pour un commerce de proximité ou un fournisseur qui prévoit d'accepter des volumes faibles de transaction. Elle peut être plus longue en revanche pour une grande entreprise internationale, avec un système d'information intégré. Dans ce cas, on prendra soin de faire intervenir les services impliqués (administration des ventes, facturation, comptabilité, trésorerie, organisation et systèmes d'information) pour bien comprendre l'impact de la carte d'achat sur l'ensemble des processus.

Cette phase préliminaire peut intervenir en un laps de temps assez court, de l'ordre de quelques semaines.



Bien s'informer sur la carte achat

Avant d'entamer tout projet, il est indispensable de commencer par bien s'informer sur la carte d'achat et les avantages qu'elle peut apporter à un fournisseur qui souhaite la proposer à ses clients. Il est conseillé de regarder tant le volet acheteurs pour comprendre le besoin des clients, que le volet fournisseur.

Pour cela il existe de nombreux supports écrits de qualité, tels que l'ouvrage⁽⁶⁾ diffusé par le Minefi 'La carte d'achat dans les collectivités locales et les établissements publics locaux', ou encore la collection des 'Cahiers Pédagogique de la carte d'achat' éditée par l'APECA, mais aussi des revues spécialisées sur les achats en entreprise.

Les établissements financiers participent régulièrement à de nombreuses conférences ou séminaires d'information pour présenter les grands concepts de la carte d'achat et détailler leur offre.

Beaucoup d'informations sont disponibles sur Internet :

- le site du Minefi (www.colloc.minefi.gouv.fr) dispose d'une rubrique entière très complète sur la carte d'achat appliquée aux collectivités et au secteur public ;
- le site de l'APECA (www.association-apeca.org) est également très riche d'informations en France, mais également en Europe et outre-Atlantique ;

(6) Coédité avec l'IPress, l'ouvrage est essentiellement distribué par le réseau du Trésor Public

- de nombreuses autres sources d'information sont accessibles auprès de prestataires et d'établissements financiers.

Enfin, il faut privilégier le contact direct, autant que possible, avec certains clients ayant mis en place la carte d'achat ou ayant

participé aux expérimentations pilotes menées par le Minefi.

Il est également souhaitable de rencontrer quelques fournisseurs dans d'autres secteurs d'activité pour partager leur expérience de la mise en place.



Danièle Barré

Attachée principale d'Administration Centrale
Direction du Personnel de la Modernisation et de l'Administration MINEFI

Renforcer la relation avec nos fournisseurs

“En tant que gestionnaire de l'État, le Minefi doit montrer la voie pour adapter l'administration aux mutations accélérées et profondes de la société et de l'environnement national. Le mouvement de réforme engagé à Bercy a deux objectifs :

- être plus performant, en rendant un service meilleur à un moindre coût ;
- placer l'utilisateur au cœur de notre organisation.

C'est dans ce contexte global que s'inscrit le déploiement de la carte d'achat en sphère publique et, plus spécifiquement, au sein même du Minefi.

Celui-ci, entamé au Ministère dès mai 2005, concerne les achats pour les 14 000 agents d'administration centrale à Paris, en région parisienne et en province, avec près de 200 lieux de livraison et 250 agents habilités.

A fin décembre 2005, nous avons déployé 135 cartes, avec un objectif à terme de 350. Moins d'un an après leur mise en service, la satisfaction est totale chez tous les possesseurs de carte, qui souhaitent même élargir son utilisation à de nouvelles catégories de fournitures.

Du côté des fournisseurs, en revanche, l'évolution est plus lente. Dans un contexte de marché émergent en France, la carte d'achat reste encore très méconnue du secteur marchand.

Un effort énorme de communication doit être entrepris par l'ensemble des acteurs - acheteurs, établissements financiers, prestataires techniques - pour mettre en œuvre une démarche

pédagogique d'explication autour de la carte d'achat.

C'est cette démarche que nous appliquons depuis plusieurs mois avec nos fournisseurs. Nous établissons d'abord une grille de sélection suivant les catégories de produits que nous voulons migrer en priorité : par exemple les fournitures de papier, les pièces détachées automobiles ou les achats de voyage pour lesquels la carte logée, couramment utilisée par le secteur privé, ne nous permet pas de maîtriser la dépense.

Ensuite, nous sélectionnons les fournisseurs qui ont un processus de facturation fiable. Puis nous les rencontrons, avec notre établissement financier ou son prestataire technique.

En règle générale, après une réunion d'information, l'adhésion des fournisseurs aux concepts de la carte d'achat est acquise. Ils sont séduits par les possibilités qu'offre cette carte et notamment sa simplicité d'utilisation.

Mais, il reste néanmoins des réticences sur le modèle économique car, finalement le Minefi reste un assez bon payeur comparativement aux entreprises du secteur privé, ce qui rend les gains de trésorerie un peu moins attractifs.

Pour prendre en compte la réalité économique de la carte d'achat, nous adaptons nos marchés. Ainsi, pour le renouvellement de notre marché d'achat de papier à usage sanitaire, nous allons proposer deux options : l'une centralisée avec un paiement classique, et l'autre avec commande et livraison décentralisées, gérable par la carte d'achat.

La carte d'achat est structurante : elle oblige à repenser la manière de travailler en interne et avec nos partenaires. C'est à travers ce dialogue constructif que nous voulons renforcer nos liens avec nos fournisseurs.



Le MINEFI en bref

Le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie (Minefi) élabore et met en œuvre la politique économique, budgétaire et industrielle du pays. Aujourd'hui, le Minefi compte 185 000 femmes et hommes répartis sur tout le territoire

national. C'est la troisième administration de l'État, après l'Éducation Nationale et la Défense, soit 8,3 % de l'ensemble des fonctionnaires. Plus de 50 000 agents du Minefi travaillent en Ile-de-France et près de 135 000 dans les autres régions et à l'étranger.

Comprendre les avantages de la carte d'achat

Il convient ensuite de bien évaluer ce que la carte d'achat peut vous apporter en tant que fournisseur.

Les avantages de la carte d'achat sont bien spécifiques à chaque entreprise - par exemple une PME sera plus sensible à l'amélioration de la trésorerie, là où une grande organisation se focalisera plus sur l'optimisation des traitements administratifs.

Néanmoins, quelques grandes constantes peuvent être dégagées et résumées dans le tableau ci-contre.

Mais la carte d'achat ne doit pas être vue comme un simple moyen de réduire les coûts. Elle doit aussi être considérée comme une opportunité d'offrir un meilleur service à ses clients.

Là aussi, l'échange direct avec des fournisseurs dans différents secteurs d'activité est recommandé.

LES AVANTAGES DE LA CARTE D'ACHAT

Réduction des coûts administratifs

- Suppression des relances clients
- Meilleur rapprochement entre factures et règlements

Amélioration de la trésorerie

- Diminution des délais de paiement
- Garantie de paiement

Diminution des Coûts de facturation

- Meilleure Gestion de la TVA
- Réduction des coûts de gestion liés à la dématérialisation fiscale

Autres gains

- Meilleure fidélisation client
- Croissement incrémental du chiffre d'affaire



Ahmed Laouari

Artisan

Au Temps Tic

Sécuriser notre trésorerie avec la carte d'achat

“C'est au Ministère de l'Intérieur que nous avons fait connaissance avec la carte d'achat.

Nous sommes en charge du patrimoine des pendules. Certaines datent de l'époque de Louis XIV et de Louis XVI, d'autres sont d'époque napoléonienne. Nous passons chaque semaine pour en faire l'entretien et nous émettons ensuite une facture par trimestre. Nous rencontrons souvent des difficultés pour nous faire payer et notre compte en banque virait souvent au rouge, ce qui entraînait un montant d'agios parfois non négligeable. Le Ministère de l'Intérieur nous a alors proposé d'être payés à l'aide de la carte d'achat.

Nous avons un peu essuyé les plâtres, mais aujourd'hui les sommes qui nous sont dues sont virées sur notre compte dans

les 48 heures. C'est Ingenico (devenu depuis ITS), le partenaire technique du Crédit Mutuel dans le déploiement de la carte d'achat au Ministère de l'intérieur, qui a mis en place un serveur de cartes bancaires qui sert exclusivement à la carte d'achat. Chaque trimestre, à réception de la facture, le ministère nous remet un bon de remise avec un code confidentiel. Tout se fait ensuite par téléphone et télétransmission. Je me connecte et je tape mon code pour débloquer les fonds et 2 jours après, la somme est créditée. Certes, la banque prélève une commission mais je ne paye plus d'agios. Le même processus est adopté pour les réparations hors contrats qui sont des interventions facturées à l'acte. Le fait d'être payé par carte d'achat m'a simplifié la vie : moins de tracasserie avec la banque et également moins de paperasses. La carte d'achat a d'ailleurs également été adoptée par un certain nombre de commerces de proximité aux alentours du Ministère de l'Intérieur.”



Au Temps Tic en bref

Au Temps Tic est une petite entreprise artisanale spécialisée dans la restauration et l'entretien de pendules, de montres anciennes, de baromètres et d'instruments de mesures. Son propriétaire, artisan passionné de vieilles pendules, répare et

entretient tout ce que les ministères et bâtiments officiels de notre capitale comptent comme horloges et instruments de mesures. Au Temps Tic travaille notamment pour l'Hôtel du Préfet de la Région Ile de France, le Ministère de la Défense et le Journal Officiel.



Caroline Binet

Directrice Générale
Richard Fleurs

Offrir plus de réactivité dans le processus de commande

“Nous avons été démarchés par American Express à la fin des années 90. Ils venaient de mettre en place la carte d'achat au sein d'Eurodisney qui souhaitait simplifier ses processus d'achat.

Les procédures administratives étaient très lourdes et inadaptées aux commandes de fleurs où il faut une grande réactivité. Par exemple, lorsqu'un client de l'un des hôtels du parc d'attraction souhaite disposer d'un bouquet de roses pour fêter l'anniversaire de sa femme,

La carte d'achat a allégé le processus en permettant une commande immédiate, sans passer par un processus de bon

de commandes long et fastidieux. En contrepartie d'une commission, toujours trop élevée pour un commerçant, nous sommes désormais payés sous quatre jours, ce qui offre des gains administratifs et de trésorerie importants car auparavant les règlements intervenaient, dans le meilleur des cas, à 30 jours fin de mois.

En dehors d'Eurodisney, nous avons gagné grâce à la carte d'achat quelques clients supplémentaires : Nestlé, par exemple, qui a également mis en place cette solution de carte d'achat, dont le siège est également situé en Seine-et-Marne à Noisiel et qui est devenu client ou d'autres entreprises utilisatrices de la carte d'achat d'American Express qui nous sollicitent ponctuellement.”



Richard Fleurs en bref

Richard Fleurs fait partie des tout premiers fournisseurs en France à avoir accepté d'être réglé par carte d'achat.

Ce fleuriste est une petite PME basée en Seine-et-Marne qui compte une vingtaine de salariés répartis sur quatre points

de ventes. Le siège de la société est situé à Pomponne. Il s'agit d'un ancien corps de ferme. L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 1,4 million d'euros en 2005 dont 12 % réglés par carte d'achat.

Définir ses objectifs

Une fois cette étape effectuée, il est recommandé de définir précisément les objectifs recherchés. Le dialogue d'un fournisseur avec certains de ses clients, utilisateurs de la carte d'achat, est important pour bien définir ce que l'on souhaite faire :

- Souhaite-t-on, par exemple, offrir simplement un moyen de paiement complémentaire ?
- Vise t-on un objectif plus ambitieux en développant autour de la carte d'achat une approche de service qui fidélise la clientèle ?
- Veut-on accepter un seul type de cartes ou toutes les cartes d'achat ?

- S'agit-il d'accélérer et de simplifier le processus de prise des commandes ?
- Souhaite t-on diminuer les coûts de traitement des commandes et des factures associées ?
- Veut-on dématérialiser l'ensemble du processus jusqu'à la facture , y compris au sens fiscal du terme ?

A ce stade de réflexion, on doit être en mesure de définir simplement dans une courte note ses objectifs en y affectant, le cas échéant, des priorités étagées dans le temps.



Lien NGUYEN-DINH

Chef de Projet Marketing
Louvre Hôtels

Une opportunité pour offrir un service différenciateur

Marquer notre différence

“Nous avons découvert la carte d'achat en 2002, au cours d'une réunion avec l'un de nos grands clients internationaux. Nous avons aussitôt vu l'opportunité que pouvait représenter la carte d'achat pour un grand groupe hôtelier comme nous. Nous avons mis en place, dès 1997, un vaste programme de paiement centralisé pour répondre à la demande de nos grands donneurs d'ordre. La complémentarité avec la carte d'achat nous est apparue comme une évidence. Nous avons, en couplant ce programme avec la carte d'achat, le moyen de réduire les coûts cachés par la dématérialisation de la commande. Mais, c'était surtout une occasion unique d'offrir un service différenciateur à nos clients : agréger l'ensemble des factures et donner à nos clients une vision centralisée de l'ensemble des dépenses hôtelières faites avec le groupe. Pour un challenger comme nous, c'était l'opportunité de marquer notre différence en innovant sur le plan de l'offre de service.

Une mise en place assez facile en dépit d'un contexte pionnier

Compte tenu des volumes que nous anticipions, nous voulions d'entrée de jeu une solution interfacée avec nos systèmes d'information (système de réservation hôtelière, facturation, trésorerie). La mise en œuvre s'est très bien passée, en dépit de nos craintes initiales, car nous faisons tout de même partie des fournisseurs pionniers en France. Mais le support de l'établissement financier que nous avons choisi a été déterminant : nous avons eu pour interlocuteur une équipe très directe et transparente. La mise en œuvre de leur solution, somme toute vraiment rodée, s'est faite sans heurts. Lorsque les organismes financiers ont décidé de modifier l'architecture technique des interfaces d'acceptation, nous nous sommes inquiétés de voir se multiplier ces interfaces, sources de coûts supplémentaires de développement et de maintenance. Mais, là encore, le dialogue entre les établissements financiers et les prestataires techniques a bien fonctionné. : notre prestataire d'acceptation a su mettre en place très rapidement une

solution d'acceptation unique qui aiguille les flux vers le bon réseau dans le bon format en fonction du type de cartes utilisé par le client. C'est d'ailleurs maintenant devenu un standard de toutes les solutions d'acceptation. En revanche, du côté des flux de trésorerie, nous avons du développer deux interfaces car les formats sont distincts.

Des bénéfices tangibles

Comme nous voulions dès le départ une solution intégrée opérationnelle dans tous nos établissements, les frais de mise en place importants ont du être justifiés devant la direction du groupe.

En définitive avec le recul, nous sommes plutôt dans la fourchette haute de nos prévisions : le volume d'affaire traité par carte d'achat augmente d'environ 20 % par an, les coûts de saisie manuelle ont été totalement éliminés, le lettrage automatisé et simplifié et nous allons ensuite engranger les gains de la dématérialisation des factures.

Au total, la mise en place a pris 6 mois, un peu plus même si l'on inclut les temps de développements. Mais compte tenu de la maturité du marché et de la disponibilité des solutions, si nous devions refaire cette opération maintenant, nous la ferions probablement en 3 à 4 mois.

Il ya eu trois facteurs clefs de succès dans ce projet :

- en tout premier lieu le soutien sans faille de la Direction Générale, convaincue de son bien fondé ;
- ensuite, une équipe de projet transverse qui a rassemblé les compétences nécessaires tant sur le plan de l'administration des ventes que de la comptabilité ou des systèmes d'information, ce qui a permis la prise en compte des points de vue de tous les services ;
- enfin, nous avons été les premiers utilisateurs du service de la solution que nous voulions proposer à nos clients, en l'appliquant aux 150 collaborateurs du groupe qui se déplacent régulièrement pour simplifier le processus de notes de frais. Et ça, c'est le meilleur test consommateur que l'on puisse imaginer !”



Louvre Hôtels en bref

Propriété de l'Américain Starwood Capital, Louvre Hôtels est le deuxième groupe hôtelier en Europe avec près de 900 établissements et 66 000 chambres. Il exploite et propose un vaste choix d'établissements hôteliers et de restauration tant pour des séjours personnels que professionnels, en France et dans le monde.

Quatre enseignes composent le Groupe, présent dans deux segments dynamiques du marché en France :

- l'hôtellerie de luxe avec Concorde,
- l'hôtellerie économique avec les trois enseignes Kyriad, Campanile et Première Classe.

Evaluer l'impact sur les processus

Une fois les objectifs définis, il convient alors de passer rapidement en revue les processus qui seront impactés par l'acceptation de la carte d'achat (prise de commande, télécollecte, paiement, facturation, dématérialisation éventuelle).

Cette étape est capitale pour permettre de faire ultérieurement son choix de la bonne solution technique. Il peut être utile à ce stade, pour certains fournisseurs, de consulter quelques prestataires techniques (acceptation, dématérialisation) sur les solutions qu'ils proposent pour bien appréhender les implications sur les processus et les traitements au sein du système d'information.

Cette étape permettra d'évaluer également les coûts à engager : ils comprennent à la fois les coûts de fonctionnement et les coûts de mise en œuvre.

- Les coûts de mise en œuvre regroupent les coûts de l'équipe projet, voire d'un prestataire extérieur si l'entreprise se fait aider.
- Les coûts de fonctionnement comprennent les abonnements des cartes d'achat perçus par l'établissement financier, les coûts d'interfaçage avec les systèmes comptables, voire les coûts de dématérialisation de la facture au sens fiscal du terme.



Didier Pinson

Chef du Département

Direction des opérations financières

Département Systèmes et Moyens de Paiement

SNCF

S'inscrire dans une démarche de réduction de nos coûts en même temps que d'amélioration du service pour nos clients

“La SNCF gère au quotidien deux types de clientèle : une clientèle essentiellement individuelle, plutôt occasionnelle, qui représente environ 80 % des transactions pour 20 % du chiffre d'affaire et une clientèle d'affaire majoritairement composée de voyageurs fréquents. Cette clientèle est essentiellement composée d'entreprises qui passent plutôt par l'intermédiaire d'agences de voyage et d'organisations de la sphère publique, dont une proportion importante est gérée en direct par la SNCF, avec des chiffres d'affaires qui peuvent varier de quelques milliers d'euros à plusieurs millions d'euros.

Dans la sphère publique, les solutions qui ont été mises en place avec les administrations et les collectivités locales passent essentiellement par l'ouverture d'un compte avec un système de bons d'échange, offrant aux collaborateurs des entités en compte à la SNCF des facilités de paiement à des tarifs négociés. De surcroît, la montée des frais de dossier dans les agences de voyages traditionnelles ont accru le volume des clients en direct.

La carte d'achat est pour la SNCF une opportunité de diminuer de manière significative le coût de gestion de ces échanges papier.

Le gain de trésorerie est moins important pour une grande entreprise comme la nôtre qui bénéficie de conditions de marché plutôt attractives. Ce qui nous motive avant toutes choses, c'est de faciliter la vie de nos clients tout en diminuant les coûts de notre back office. D'où notre étude préalable en cours.

Dans le cadre de ce projet, nous devons réconcilier trois flux qui sont actuellement distincts dans nos systèmes d'information : un flux commercial, un flux de paiement et un flux comptable.

Comme nous l'avons dit, c'est un projet sur lequel les gains sont importants mais où les délais et les coûts fixes de mise en place peuvent être conséquents, surtout si nous considérons le projet sur l'ensemble de nos canaux de distribution (guichets, agences, automates, Internet, vente à distance). D'où l'importance de cette étude préalable : nous avons commencé à prendre contact avec des établissements financiers, avec certains de nos clients et évalué l'impact sur nos processus.

C'est un projet motivant pour nos équipes ; il y a un enjeu important sur la productivité de nos back-offices et nous sommes résolument déterminés. Il ne nous manque plus que de trouver parmi nos grands clients celui qui sera prêt à faire le saut pour que nous passions ensemble à l'acte.”



La SNCF en bref

Avec 22 milliards d'euros de chiffre d'affaires, le groupe SNCF est organisé autour de quatre activités :

- une activité Voyageurs France Europe qui a transporté plus de 320 millions de voyageurs en 2005 ;

- le Transport public avec 572 millions de passagers sur les rames du TER du Transilien et de Keolys ;

- le Trafic Fret qui a transporté plus de 121 millions de tonnes en Europe ;

- la branche infrastructure qui exploite les 30 990 km de lignes du Réseau ferré de France.

Mettre en œuvre la carte d'achat

Choisir un établissement financier

A l'issue de la phase préparatoire, une fois l'accord de la direction obtenu, l'entreprise peut entrer dans le processus de sélection de la solution de carte d'achat. Il s'agit de faire un double choix : celui d'un établissement financier émetteur, en même temps que celui du prestataire technique. La mise en œuvre de la carte d'achat passe par le choix de l'établissement financier avec lequel contracter.

Même si l'interopérabilité et l'interbancaire de ce type de produits impliquent une certaine standardisation des caractéristiques

produits, les offres sont très variées d'un établissement à l'autre, tant sur le plan des caractéristiques, que des services associés (services d'accompagnement, etc.) ou de leur tarification.

Il convient donc d'étudier ces offres en détail, pour déterminer celle qui correspondra le mieux aux besoins décrits et offrira une structure de coûts optimale, à travers les réunions d'information proposés par les établissements financiers, mais aussi et surtout, par approche directe.



Patrick Avezard

Relations Monétaires
Société Générale

Fournisseurs : une approche personnalisée

“La Société Générale a marqué très tôt sa volonté d'être un acteur impliqué dans le développement de la carte d'achat, en se donnant les moyens pour y parvenir.

C'est une équipe entière, importante, qui s'est constituée au sein des services centraux pour animer et coordonner les efforts du réseau de distribution.

En particulier, si nous développons nos efforts côté émetteur auprès des entreprises du secteur privé, des collectivités et du secteur public, nous nous sommes tout particulièrement organisés pour apporter la réponse la plus personnalisée aux fournisseurs qui souhaitent accepter la carte d'achat.

Souvent, la décision de proposer la carte d'achat comme moyen de paiement supplémentaire a pour origine la demande de l'un des grands clients d'un fournisseur. Cette décision est donc quelquefois vécue comme une contrainte, là où elle peut présenter pour beaucoup des opportunités.

Les bénéfices pour un fournisseur dépendent souvent de la taille de l'entreprise : les entreprises de taille réduite seront, par exemple, plus sensibles aux gains de trésorerie, - conséquents

puisque l'on passe de près de 45 jours de délai de paiement à moins de 5 jours - alors que les fournisseurs de taille plus importante seront plus attachés à la réduction des coûts de gestion de leur back-offices.

Dans beaucoup de cas, la mise en œuvre de la carte d'achat est le fait unique de la direction financière ; la direction des ventes est trop rarement impliquée. Or, pour un fournisseur, rajouter aux services proposés la carte d'achat est un véritable acte commercial : il est une source de fidélisation, une opportunité de récupérer du chiffre d'affaire incrémental, ce dont témoignent régulièrement les fournisseurs qui ont déjà opté pour ce mode de règlement. Cette opportunité n'est pas toujours prise en compte et c'est regrettable

L'un des points différenciants que nous essayons de mettre en avant est la dimension d'accompagnement que nous proposons, car nous voulons faire en sorte que chaque fournisseur soit traité comme un cas particulier : sélectionner avec lui la solution technique la plus appropriée, l'accompagner dans une phase pilote puis dans l'industrialisation de son déploiement.

Deux points complémentaires méritent d'être soulignés tant ils sensibilisent les fournisseurs que nous rencontrons. Le premier concerne la notion d'interopérabilité. Nous prenons beaucoup de soins à identifier les besoins concrets des fournisseurs





et les orienter vers des solutions d'acceptation interopérables entre les différents réseaux émetteurs afin d'optimiser les investissements techniques à réaliser. Le second concerne la densité de notre réseau bancaire composé de plus de 2 000 agences implantées sur l'ensemble du territoire et sa capacité à organiser, au titre d'acteur de proximité, un maillage fin en termes de recrutement des fournisseurs.

Au final, nous voulons faire en sorte que chaque fournisseur bénéficie d'une approche personnalisée prenant en compte ses besoins et attentes spécifiques :

- identifier avec lui les impacts organisationnels,

- recenser les modifications à prendre en compte dans le processus "client" de la prise de commande à la livraison et la facturation,

- l'aider à sélectionner la solution technique la plus appropriée et sa montée en charge progressive dans l'intégration de la solution,

- l'accompagner au plus près dans la mise en place et l'exploitation d'une phase pilote,

- tirer ensemble les conclusions et orienter au plus juste l'industrialisation du déploiement."



Société Générale en bref

Société Générale est l'un des tout premiers groupes de services financiers de la zone euro. Avec plus de 103 000 personnes dans le monde, son activité se concentre autour de trois grands métiers :

- Réseaux de détail & Services financiers qui comptent plus de 19 millions de clients particuliers en France et à l'international.
- Gestions d'actifs & Services aux investisseurs, où le Groupe

compte parmi les principales banques de la zone euro avec 1 418 milliards d'euros en conservation et 386 milliards d'euros sous gestion à fin décembre 2005.

- Banque de financement & d'investissement, Société Générale Corporate and Investment Banking se classe durablement parmi les leaders européens et mondiaux en marché de capitaux en euro, produits dérivés, et financements structurés.

En monétique classique, l'interbancaire des paiements permet à tout fournisseur d'accepter les paiements par cartes (Amex, Visa, Mastercard) de tous les établissements financiers en signant un contrat avec Amex d'une part et l'un des établissements Cartes Bancaires d'autre part.

En matière de cartes d'achat, alors que l'interbancaire est opérationnelle au Niveau I (paiement) et au niveau II, elle n'est pour le moment pas automatiquement assurée au niveau III (données détaillées de facture), ni au Niveau IV (données de dématérialisation fiscale).

Une grande partie des établissements financiers a néanmoins opté pour une interbancaire limitée entre eux, en faisant le choix d'une même plate-forme technique, minimisant pour les fournisseurs les contraintes d'interopérabilité, notamment pour l'intégration des flux de trésorerie dans les systèmes comptables, présentés dans un format commun.

Les différentes solutions disponibles sur le marché français (à mai 2006) sont :

- les banques utilisant la solution Atos-Worldline :
 - Banque Populaire (Visa)
 - BNP Paribas (Visa)

- Caisse d'Epargne (Visa)
- CCF (Visa)
- Société Générale (Visa)

- les établissements financiers utilisant la solution American Express :

- American Express (Amex)
- Dexia (Amex)

- les banques réunies au sein de la solution du Crédit Mutuel

- CIC (MasterCard)
- Crédit Mutuel (MasterCard)

Sur le plan contractuel, un fournisseur qui souhaite accepter l'ensemble des cartes d'achats disponibles sur le marché français doit donc signer 3 contrats d'acceptation (un avec une banque de chaque groupe).

Il faut ensuite contracter avec le prestataire technique d'acceptation (Atos, ITS, Ogone, etc). Si l'on souhaite ensuite dématérialiser les factures, au sens fiscal du terme, il faut également signer un contrat avec le prestataire de dématérialisation (b-process, Deskom, Atos Worldline etc...) de l'établissement de l'établissement financier avec lequel on a contracté.



Cecile Place

Chef de Produit Carte d'Achat

Ludovic Velasco Martinez

Responsable e-solutions

Claire Dupasquier

Responsable Commerciale Cartes Entreprises & Secteur Public

BNP Paribas

Accompagner les fournisseurs pour leur apporter la réponse pertinente

“La Carte d'Achat, qui était surtout acceptée par des fournisseurs dans les secteurs des fournitures de bureau et des consommables informatiques, s'élargit maintenant à de nombreuses autres catégories d'achat. C'est ainsi que chez BNP Paribas, nous gérons de plus en plus de fournisseurs dans des secteurs aussi variés que l'outillage industriel, le commerce de gros et les produits surgelés, l'hôtellerie, les réparations et l'entretien de véhicule ou encore les produits pharmaceutiques et les achats de proximité.

S'adapter au besoin du fournisseur

Nous rencontrons essentiellement deux types de fournisseurs :

- des entreprises de taille souvent très modeste à la recherche d'un établissement financier qui les comprenne et leur permette de proposer très rapidement la Carte d'Achat à leurs clients ;
- des fournisseurs internationaux qui veulent que nous les accompagnons sur le long terme dans la mise en place d'une solution complète intégrée à leur Système d'Information.

Dans les deux cas de figure, nous accompagnons ces entreprises dans leur démarche en étroite liaison avec des prestataires techniques comme Ogone, ITS ou Atos pour conseiller ces fournisseurs et leur apporter la solution la plus pertinente.

Des solutions simples et un modèle économique adapté

Notre recommandation est souvent d'aller vers la solution la plus simple, qui est aussi la plus rapide à mettre en œuvre. Si les volumes de transactions deviennent plus importants, il sera toujours possible de passer à une solution plus intégrée dans son processus de vente.

Dans tous les cas de figure, nous proposons un modèle économique adapté à la situation et similaire à ce qui se pratique sur le marché monétique traditionnel : d'une part un coût de mise en place et d'abonnement à la solution d'acceptation de la Carte d'Achat, d'autre part une commission monétique exprimée en pourcentage du montant des transactions.

Une solution intégrée au Système d'Information du fournisseur demandera également un coût d'intégration, mais elle ne s'impose réellement que lorsque les volumes de transactions la justifient.

Même si pour certains fournisseurs, le choix de la Carte d'Achat est quelquefois contraint par la demande de leurs clients, sur le moyen terme, les avantages deviennent assez vite perceptibles : garantie de paiement, absence de relances, gain de trésorerie, et pour ceux qui ont opté pour la dématérialisation fiscale, la réduction des coûts liée à l'élimination du processus papier.

Pour beaucoup, elle est même vécue comme un service qui permet d'offrir à ses clients plus de visibilité sur l'ensemble des informations relatives à la commande.



BNP Paribas en bref

Avec près de 110 000 collaborateurs et fort d'une présence dans plus de 85 pays, organisée autour de toutes les grandes places financières mondiales, BNP Paribas dispose de l'un des premiers réseaux bancaires internationaux.

La complémentarité de ses activités commerciales et financières permet à BNP Paribas de s'imposer également comme un acteur majeur de la banque de financement et d'investissement, de la banque privée internationale et de la gestion d'actifs.

Aux offres existantes, proposées par un certain nombre d'établissements financiers ayant participé aux expérimentations lancées par le Minefi ou disposant d'une solution carte d'achat

depuis longue date, devraient se rajouter, dans les mois qui viennent, de nouvelles propositions d'autres établissements financiers.



Jean-Charles Sarrasin

*Directeur Carte Achat Secteur Public
American Express Carte-France*

Faire de la carte d'achat un levier de développement pour les fournisseurs

“Depuis 1997 American Express est très actif sur le marché Français : nous avons lancé tout d'abord, la carte d'achat notamment avec le secteur privé, puis le secteur public en signant un accord de partenariat avec la banque Dexia Credit Local en 2005. A travers ce partenariat fort, nous avons voulu conjuguer notre savoir faire de leader de la carte d'achat, pionnier de son développement dans le monde, avec l'expertise reconnue d'un établissement bancaire, leader dans le secteur public.

Depuis plus de sept ans nous investissons considérablement dans le développement de ce produit sur le marché français pour adapter notre offre et ainsi permettre à nos clients acheteurs et fournisseurs la réalisation de gains de productivité importants.

Une opportunité de revenu incrémental

Si la carte d'achat apporte des gains de trésorerie significatifs et une réduction des coûts par l'amélioration des processus et la dématérialisation fiscale des factures, elle est également une opportunité de revenu additionnel pour beaucoup de fournisseurs. En effet, la mise en place de la 'purchasing card' s'accompagne généralement d'un plan de rationalisation des fournisseurs. Cela signifie qu'être référencé comme un fournisseur acceptant la carte d'achat peut-être une opportunité de chiffre d'affaire supplémentaire.

C'est d'ailleurs ce que traduit l'évolution du chiffre d'affaire des 500 000 fournisseurs qui ont choisi d'accepter la carte d'achat American Express dans le monde.

Des solutions simples et éprouvées

Au-delà des aspects économiques, le deuxième facteur important pour un fournisseur qui décide d'accepter la carte d'achat est de disposer de solutions simples à mettre en œuvre et surtout réputées pour leur fiabilité. C'est le choix que nous avons fait en offrant des solutions éprouvées, adaptées aux besoins de chacun, déjà adoptées par plus de 700 fournisseurs en France.

Nous voulons faire de la carte d'achat un véritable facilitateur des relations clients fournisseurs, qui puisse être utilisé comme un levier de développement et de fidélisation.

Une équipe dédiée pour les fournisseurs

Le 3^{ème} aspect très important de notre offre réside dans l'accompagnement que nos équipes de techniciens et de consultants, spécialement dédiées à l'affiliation des fournisseurs, leur apportent. La carte d'achat remet en cause les processus de gestion des paiements, (incluant le traitement des litiges et des relances). C'est pourquoi nous attachons tant d'importance au travail fait en amont par nos équipes avec les fournisseurs pour les aider à redéfinir les nouveaux processus de la façon la plus efficace pour eux, comme pour leurs clients.



American Express en bref

American Express Commercial Cards met à la disposition des entreprises un service complet et des systèmes de gestion performants qui ont pour vocation de les aider à réaliser des économies en rationalisant leurs processus et en optimisant

la gestion de leurs dépenses et des coûts cachés y afférents : le programme Carte d'Achat est dédié aux achats courants à caractère répétitif.

Opter pour la solution technique la plus appropriée

Tous les établissements financiers proposent, par le biais de prestataires techniques, un éventail riche de solutions pour accepter la carte d'achat.

Dans tous les cas de figure, il est recommandé de consacrer un peu de temps avec le prestataire technique pour évaluer la solution technique la plus appropriée à la situation du fournisseur.

Celle-ci sont, en règle générale, évolutives. Il est donc conseillé de partir de la solution la plus simple, quitte à évoluer par la suite vers une solution plus intégrée, si le besoin s'en fait sentir.

Des solutions simples, interopérables

Pour un commerçant de proximité qui possède déjà un TPE (Terminal de Paiement Electronique), il existe des solutions permettant de mettre à jour celui-ci, pour prendre en charge les données nécessaires à la carte d'achat lors de la transaction ou de la télécollecte.

Il est également possible d'utiliser les services d'une plate-forme technique à distance, via une interface web très simple.

Dans ces deux cas de figure, la mise en œuvre est très rapide : on peut être opérationnel en moins de 24 H, formation comprise.



Frédéric Dujoux

Associated Director R&D
Ogone

Le succès de notre offre, c'est son évolutivité

Simplifier l'interfaçage avec tous les acteurs de la carte d'achat

“Tout fournisseur qui souhaite accepter les cartes d'achat est inévitablement soumis à une contrainte de marché simple : il doit s'interconnecter avec les grands réseaux d'acceptation (American Express, MasterCard et Visa) qui ont tous des formats et des protocoles différents, parfois encore multipliés en fonction des banques les représentant. La valeur ajoutée de la plate-forme transactionnelle que nous avons élaborée est justement de gérer cette complexité de manière transparente pour les fournisseurs qui sont nos clients.

Quelque soit la solution choisie dans notre gamme, il suffit d'entrer l'information une fois dans un format unique universel. Nous gérons ensuite pour eux cette hétérogénéité, en convertissant automatiquement sur notre plate-forme, l'information dans les bons formats et en la transmettant vers la banque appropriée du fournisseur selon les protocoles définis. Puis nous récupérons en retour, sur le même principe, l'autorisation.

Nous avons progressivement étendu cette interopérabilité aux opérateurs de dématérialisation fiscale, ce qui nous permet d'alimenter directement les principales plate-formes de dématérialisation de factures (dont billManager de b-process) avec les transactions carte d'achat en laissant le choix de la plate-forme au fournisseur.

Ceci minimise ainsi le travail de mise en place des fournisseurs et évite tout risque de disparité entre le flux fiscal et les relevés détaillés de factures

Ainsi, une seule et même plate-forme permet de s'interfacer avec l'ensemble des acteurs de la carte d'achat.

Une gamme de solutions appropriées selon les usages

Le deuxième point important en termes d'équipement est de pouvoir répondre à la diversité des situations avec des solutions appropriées selon les usages. La gamme de solutions que nous opérons sur notre plate-forme permet ainsi de proposer :

- une solution immédiate opérationnelle en 24 heures, particulièrement bien adaptée aux besoins des PME, aux phases pilotes ou aux situations où les volumes gérés sont faibles. Elle ne nécessite aucune installation de logiciel ou de matériel, l'information étant saisie manuellement sur notre plate-forme via un accès Internet sécurisé. C'est la solution la plus simple : une appropriation facile, aucun impact technique et un démarrage immédiat.

- une solution par transfert de fichier qui répond aux attentes de bon nombre d'entreprises, pour lesquelles la saisie manuelle peut devenir vite fastidieuse dès que les volumes de transaction augmentent. Les fichiers de transactions sont exportés du système de facturation et directement intégrés sur la plate-forme de manière automatique ou manuelle, au choix du fournisseur. C'est une solution plus élaborée qui élimine la ressaisie et fiable les données avec une mise en place technique assez légère.





- une solution totalement intégrée au système d'information du fournisseur qui s'interface directement avec le processus de prise de commande pour déclencher automatiquement, en temps réel, le processus d'autorisation en ligne.

D'un besoin standard à des besoins très spécifiques, nous offrons ainsi autour de la carte d'achat un ensemble de solutions

souples et évolutives. Le nombre croissant de fournisseurs, équipés ces derniers mois en France et en Europe, est un signe à la fois de la vitalité de ce marché, en même temps que de la dynamique de notre offre.



Ogone en bref

Créée en 1996, Ogone est un des principaux acteurs européens du paiement sécurisé, tant pour le marché grand public (B2C) que pour le marché professionnel (B2B). Quel que soit le canal de vente, Ogone propose des solutions évolutives aux fournisseurs, acheteurs ou banques à travers une plate-forme sécurisée, multicarte et internationale.

En 2006, Ogone compte plus de 6 000 marchands répartis dans 25 pays et propose l'accès à plus de 25 moyens de paiement locaux avec des connexions à plus de 100 établissements bancaires. Parmi ses clients, Ogone compte des sociétés comme DHL, Manutan, Sodexo, DELL, Radiospares, Raja, Jet-Tours ou encore Ikea. Par ailleurs, Ogone équipe plus de 70 % des fournisseurs acceptant la carte achat en niveau 3 en France.

Si l'on décide d'accepter plusieurs cartes d'achat, il n'y a pas besoin pour un fournisseur de s'interfacer avec les différentes plate-formes techniques. L'interopérabilité est totalement assurée au niveau de l'acceptation.

La plupart des solutions du marché (Ogone, ITS, Atos, etc.) permettent au fournisseur de s'interfacer directement avec un format unique de données, à charge pour chacun des systèmes

d'acceptation de ces prestataires de traduire ensuite ces données dans les formats propres à chacun des réseaux de carte d'achat. Ceci minimise ainsi pour les fournisseurs les travaux d'interfaçage avec chacun des réseaux d'acquisition, qui sont automatiquement pris en compte par les plate-formes d'acceptation.

Il y a lieu pour le fournisseur de vérifier que cette interopérabilité est bien fournie par le prestataire d'acceptation.



Dominique Cormier

Business development

Gaëlle Duret

Ingenieur d'Affaires

Atos Worldline

La simplicité est un élément déterminant de notre offre

“Historiquement, Atos Worldline est un acteur très impliqué dans le paiement et le traitement des cartes puisque nous traitons pour le compte des banques, plus de 250 millions d'autorisations bancaires et plus de 50 millions de transactions sur Internet, par exemple.

En France, nous avons été partie prenante dès l'origine des tous premiers pilotes de la carte d'achat, en exploitant, toujours pour le compte des banques, la plate-forme technique en charge des traitements acquéreurs et émetteurs ainsi que le back-office cartes d'achat.

Pour compléter cette gamme de produits, nous introduisons à l'automne 2006 une solution d'acceptation à destination des fournisseurs. Celle-ci sera commercialisée directement par les banques sous leur marque propre (de la même manière qu'elles commercialisent déjà notre solution de paiement sécurisé sur Internet SIPS) auprès des entreprises marchandes du secteur B2B désireuses d'accepter la carte d'achat.

Ce sont essentiellement les entreprises de vente à distance qui sont visées à travers cette offre disponible sur notre plate-forme directement accessible via un extranet.

Nous avons privilégié la simplicité d'utilisation déterminante pour une intégration rapide de la carte d'achat dans les processus de vente.

Ainsi, le marchand dispose de 2 modes pour gérer ses autorisations : un mode rapide où il ne saisit que les informations strictement nécessaires (n° de carte, montant de la transaction, date de validité) qu'il complétera ultérieurement, ou un mode plus complet où il saisit l'ensemble des informations descriptives de la transaction.

Pour cela, nous avons conçu l'interface utilisateur en étroite liaison avec notre propre studio d'ergonomie qui capitalise sur l'expérience acquise depuis 20 ans dans la conception de sites de services en ligne.

Le fournisseur dispose également de nombreuses fonctions back-office : duplication de commande, recherches multicritères, génération d'avoirs, ainsi que des possibilités d'échange par messagerie avec son établissement financier.

Ensuite, pour les fournisseurs qui souhaitent dématérialiser leurs factures au sens fiscal du terme, l'intégration avec notre plate-forme de dématérialisation - également commercialisée par les banques couplée à l'offre de carte d'achat - est automatique : les données de niveau III renseignées lors de la transaction de carte d'achat sont automatiquement transférées sur la plate-forme de dématérialisation, où les factures peuvent être consultées en ligne par les acheteurs et fournisseurs.

Nous espérons contribuer au développement de ce marché en introduisant avec nos partenaires bancaires, une offre véritablement attractive par sa simplicité d'utilisation.”



Atos Worldline en bref

Filiale à 100 % du groupe Atos Origin, Atos Worldline est une société de services technologiques européenne qui offre, à ses clients et partenaires, des prestations et des solutions dédiées au traitement des services dans trois grands domaines :

- services de Paiement et de Traitement de Cartes

- services en ligne (Services Vocaux et Internet).

- services de Gestion de la Relation client, Ils sont proposés en mode service (BPO - Business Process Outsourcing) ou en solution intégrée (Build) chez le client.

Avec 2 500 employés en Europe, Atos Worldline a généré plus de 350 M€ de revenus annuels en 2005.

Une intégration avec les systèmes d'information

La plupart des fournisseurs de solutions d'acceptation du marché ont également une offre à leur catalogue pour s'interfacer avec les systèmes de prises de commandes et de télécollections du fournisseur.

Là encore, plusieurs types de solutions existent, depuis l'interfaçage par simple transfert de fichier jusqu'à une intégration plus poussée, mettant en œuvre en temps réel les connecteurs développés par ces prestataires.

Toutefois, ces travaux d'interfaçage peuvent représenter un projet à part entière, en fonction de la complexité du système d'information, plus long et plus coûteux que la simple mise en œuvre de solutions autonomes.

Il convient donc de bien appréhender, avec les prestataires techniques, les solutions proposées et, si possible, de rencontrer un ou deux fournisseurs les ayant déjà mis en œuvre.



Arnaud Couzet

*Directeur Produits & Solutions
ITS (Interactive Transaction Systems)*

Faciliter la vie des fournisseurs

“Nous sommes partis de la connaissance que nous avions du besoin des fournisseurs qui sont nos clients pour constituer une gamme de produits qui réponde à leurs attentes et minimise les coûts de mise en place.

Une offre de proximité simple à mettre en place

Procurer TPE est une solution permettant aux fournisseurs et commerçants de proximité d'assurer en toute sécurité l'acquisition des données nécessaires au paiement par carte d'achat.

Elle se présente sous la forme d'une application dédiée aux Terminaux de Paiement Electronique pour la prise en charge des informations de facturation (niveau 2) des transactions par carte d'achat : montant hors taxe, montant de la TVA, références, etc. Le reçu du TPE devient alors un véritable justificatif de paiement B2B. Les transactions par carte d'achat se déroulent en seulement 5 étapes ; en fin de transaction, le reçu comporte toute une série de données devenant ainsi un véritable justificatif de paiement qui peut être rapproché de la facture papier.

Une plate-forme d'accès à distance

Avec Procurer Online, nous fournissons une solution web de type ASP qui permet la saisie des informations de la transaction de carte d'achat par l'intermédiaire d'une interface web sécurisée.

L'utilisateur se connecte sur le site sécurisé à l'aide de son

identifiant et de son mot de passe et accède à un environnement convivial pour le traitement de ses transactions de paiement. Le système identifie automatiquement le type de carte utilisé ; la transaction validée par l'utilisateur, Procurer Online effectue la demande d'autorisation. Les détails des transactions sont ensuite enregistrés dans la plate-forme ITS pour être envoyés vers les centres de traitement bancaire. Un gestionnaire des transactions permet à l'utilisateur d'accéder facilement à l'historique des opérations effectuées.

Des solutions intégrées adaptables au cas par cas

Les solutions Procurer ITS de paiement intégré ont été spécialement conçues pour les entreprises qui souhaitent automatiser leur processus de paiement, de la commande à la facturation, grâce à l'acceptation des cartes de crédit-débit et des cartes d'achat. Ces solutions de paiement intégré sont disponibles selon plusieurs variantes en fonction des besoins de l'entreprise et répondent aux nécessités d'analyse et d'exploitation des données de niveau 3. Nous avons ainsi défini 4 niveaux de paiement intégré adaptés aux besoins des fournisseurs :

- Procurer Batch, permettant d'envoyer facilement les informations de paiement et de facture sous forme de fichier électronique ;
- Procurer Silver, permettant de valider en plus les autorisations des commandes au niveau d'une interface web dédiée et sécurisée ;
- Procurer Gold, intégration de type e-commerce de la gestion des autorisations, des paiements et des factures dans le site marchand du fournisseur ;





- et Procurer Optimum, intégration complète et gestion temps réel de l'ensemble des transactions au cœur du système d'information.

Avec l'ensemble de ces solutions, nous simplifions les aspects monétiques et gérons pour le compte des fournisseurs les formats

et des protocoles bancaires. ITS offre ainsi des solutions évolutives et adaptées aux besoins du fournisseur, permettant des gains de temps et de trésorerie, des processus administratifs simplifiés et des solutions internationalisées.



ITS en bref

Fort de ses 10 ans d'expertise en flux de transactions monétiques et de données, Interactive Transaction Systems a développé un ensemble d'outils et de solutions répondant aux besoins des fournisseurs et visant à simplifier leur gestion des transactions de paiement. En Europe, déjà plus de 10 000 fournisseurs utilisent et font confiance aux services ITS. ITS compte encore

accroître son avance technologique en choisissant de s'implanter, en France, sur le campus du Parc Saint Christophe à Cergy, labellisé site technopolitain, au sein de pôles de compétitivité à vocation mondiale en numérique et cryptologie. Enfin, ITS s'appuie sur des partenariats stratégiques avec l'opérateur de services BT, Odyssee Conseil expert SAP et Deny ALL, expert en sécurisation des applications Web et XML.



Sandrine Bailly

*Responsable du service Organisation Systèmes d'Information Projets
CAMIF Collectivités*

Une mise en œuvre simple lorsque l'on est très impliqué dans la vente à distance

Un engagement très en amont autour de la carte d'achat

Etant donné le positionnement de Camif Collectivités, il était naturel pour nous de nous intéresser très tôt à la carte d'achat, en raison de la volonté forte affichée par le Minefi de la déployer dans les collectivités et le secteur public.

L'APECA- et notre engagement dès 2004 dans l'animation de commissions- a été pour nous une bonne façon de nous immerger, de bien comprendre les tenants et les aboutissants de la carte d'achat.

L'équipement progressif en cartes d'achat par des collectivités justifie pleinement notre motivation à faire de la Carte Achat un « incontournable » en 2006.

Nous souhaitons apporter deux choses à nos clients :

- l'acceptation de la carte d'achat comme moyen de paiement sur les différents canaux de vente,
- une activité d'information et de conseil autour de la carte d'achat pour accompagner nos clients dans leurs démarches de sa mise en place et de dématérialisation de leurs procédures, afin qu'ils en tirent le maximum.

Nous avons donc réalisé dans un premier temps une étude d'impact. Puis nous avons sélectionné, après une consultation assez fouillée, un établissement financier (acceptation). Nous sommes maintenant en train de procéder à la mise en place des infrastructures nécessaires pour la mise en œuvre d'un pilote au 3^{ème} trimestre 2006.

Ce pilote sera opéré avec l'un de nos clients qui démarre le déploiement de la carte d'achat au sein de son organisation : ceci nous permettra d'affiner conjointement nos processus. Ensuite, nous procéderons à une intégration complète des

développements à notre système d'information, pour passer à une phase 'industrielle' en 2007.

Dans la sélection de l'établissement financier, nous avons particulièrement été attentifs aux services d'accompagnement mis à notre disposition par notre partenaire bancaire, ainsi qu'au sérieux et à la simplicité des solutions proposées.

Une mise en œuvre simple

L'étude d'impact que nous avons menée fait apparaître que pour une entreprise déjà très engagée dans la vente à distance comme nous, la mise en place de la carte d'achat est assez simple.

En effet, nos systèmes de prise de commande sont déjà largement interfacés avec les systèmes transactionnels de cartes bancaires.

En définitive, il ne reste qu'à adapter ceux-ci pour intégrer et stocker le niveau d'autorisation dans nos applicatifs et collecter le niveau de détail nécessaire (c'est-à-dire le niveau III) pour l'intégrer aux fichiers de télécollecte.

Des atouts bien identifiés

Ce qui nous a séduits dans la carte d'achat, c'est de disposer d'un moyen de paiement simple et totalement sécurisé, qui permette les commandes « dématérialisées » : ceci nous permet d'améliorer considérablement le service à nos clients, en facilitant chez nos acheteurs les commandes par téléphone, Internet, au profit des commandes courriers. C'est aussi un moyen d'accélérer leurs processus de commandes et de mieux satisfaire leurs exigences quant aux délais de livraison.

C'est enfin pour nous un moyen rapide de paiement particulièrement sensible sur le secteur où nous sommes, puisqu'il devrait nous permettre un gain d'environ 40 jours, gain appréciable pour mieux sécuriser notre trésorerie.

Bien sûr, il reste encore des points d'amélioration : si l'on veut pouvoir faire migrer massivement les achats via la carte d'achat, le modèle économique doit pouvoir être affiné, notamment sur les transactions de montants importants.





Enfin, l'absence d'interbancaire des données de niveau 3 oblige parfois à quelques contorsions, là où les choses sont plus simples avec les cartes bancaires de particuliers, mais

avec le temps tout cela devrait rentrer dans l'ordre.



CAMIF Collectivités en bref

Créée en 1983, CAMIF Collectivités est la filiale «B to B» de vente aux professionnels de la CAMIF.

Sa mission est double :

- apporter aux acheteurs publics et associatifs (collectivités territoriales, établissements de l'Education, associations...) les équipements nécessaires à leur développement et leur fonctionnement ;
- les guider, les accompagner et les conseiller dans leurs choix d'investissements.

Camif Collectivités est structurée autour de deux activités :

- une activité de vente à distance par le biais de catalogues généraux et spécialisés ainsi que d'un site internet,
- une activité de vente assistée à travers un réseau d'agences commerciales déployées sur la France dont la mission est de réaliser les programmes d'équipement des Collectivités.

Avec 300 collaborateurs, un chiffre d'affaire de 131 M€ HT, un catalogue de 26 000 produits référencés et plus de 2M d'articles vendus en 2005, CAMIF Collectivités s'est imposée en quelques années comme le deuxième distributeur français à destination des acheteurs publics, et le premier sur le marché de l'Education.

Se coordonner avec quelques clients pour la mise en œuvre

La mise en œuvre de l'acceptation ne pose guère de problèmes. Toutefois, il est recommandé, au démarrage, de se coordonner avec quelques clients clefs de l'entreprise pour la phase de mise en œuvre de la carte d'achat. On pourra choisir de préférence des clients qui viennent d'opter pour la carte d'achat et planifient un déploiement progressif.

Ceci permet ainsi de régler progressivement les processus, en étroite symbiose avec ses clients.

Conclusion : des principes à adapter à la réalité de la situation

Si les principes exposés dans ce cahier pédagogique peuvent constituer une ligne directrice, utile pour toute organisation soucieuse d'accepter la carte d'achat et de réussir une mise en œuvre dans des délais raisonnables, ils ne doivent pas être pour autant appliqués à la lettre.

Chaque organisation possède ses spécificités, sa culture, son historique, dans un environnement social et économique qui lui est propre. Il convient donc de bien adapter les principes qui sont évoqués à la réalité de la situation de l'entreprise et de ses clients.

Encore une fois, la carte d'achat est une occasion de refondre des processus pour un meilleur fonctionnement des relations clients - fournisseurs. Ceci implique une ouverture aux changements de tous les acteurs impliqués, en même temps qu'un effort de créativité et de communication.

Les prochains cahiers de l'APECA, fidèles à leur mission pédagogique, permettront d'alimenter la réflexion des uns et des autres, au service de ce changement, en proposant des éclairages plus focalisés sur certains aspects comme la dématérialisation fiscale, par exemple.

Glossaire

Un glossaire exhaustif est proposé dans le 1^{er} cahier pédagogique de l'APECA
'La carte d'achat, gérer et optimiser les processus d'achats'.

A-a

Achats non stratégiques ou hors production aussi appelés **Maintenance, Repairs and Operational materials (MRO)** ou **Entretien, Réparation et Opération (ERO)**

C'est l'ensemble des achats ne rentrant pas dans la fabrication des produits d'une entreprise, généralement regroupés en quatre sous familles : transport, informatique, maintenance, fourniture de bureau. C'est un type d'achat souvent mal maîtrisé et considéré comme secondaire. Bien qu'ils ne représentent qu'une faible partie du budget achat des sociétés, ils sont générateurs de coûts élevés du fait du nombre important de commandes et de fournisseurs.

C-c

Carte d'achat (Purchasing card)

Solution de paiement interentreprises permettant de régler les commandes de biens et de services.

Cartes d'entreprises

Les cartes d'entreprises regroupent les cartes professionnelles (permettant le règlement de dépenses lors de déplacement : frais de voyages, hébergement, restauration) et les cartes d'achat.

D-d

Dématérialisation

Remplacement d'un document sous forme papier par son équivalent électronique.

Donneur d'ordre

Entité qui demande l'exécution d'une prestation et destinataire de la facture.

E-e

e-commerce

Recouvre tout ce qui concerne la vente et l'achat de biens et services via Internet (catalogues en ligne, boutiques virtuelles, prise de commande, facturation, service clients, gestion des transactions et règlements).

e-procurement

Ensemble de solutions permettant l'automatisation et la formalisation de la gestion des achats et des approvisionnements d'une entreprise, par le biais d'échanges informatisés via Internet la plupart du temps (gestion des catalogues négociés par les acheteurs, des informations nécessaires à l'exécution de la commande, émission de factures électroniques, et paiement en ligne).

ERP : Enterprise Resources Planning ou PGI (Progiciel de Gestion Intégré)

Ensemble de logiciels intégrant les principales fonctions nécessaires à la gestion des flux et des procédures de l'entreprise (comptabilité et finances, logistique, paie et ressources humaines, etc.). Tous ces logiciels accèdent à des ressources communes, généralement sous forme de bases de données.

Externalisation (Voir : Outsourcing ou Externalisation)

I-i

Interbancaire

Principe d'échange de transactions permettant à un acheteur utilisant la carte d'achat émise par sa banque de l'utiliser chez tous les fournisseurs indépendamment de leur propre banque.

Interopérabilité

L'objectif est le renforcement de la cohérence entre les différents systèmes d'information, en améliorant leur interconnexion et la communication entre les applications liées aux processus de l'entreprise. Il s'agit de favoriser le fonctionnement des systèmes et processus opérationnels, d'une manière toujours plus intégrée, sur la base de standards et d'éléments d'architecture communs et en partageant les ressources informationnelles communes.

O-o

Outsourcing ou Externalisation

Service fourni par un tiers et qui consiste à assurer la responsabilité de la gestion de tout ou d'une partie d'un département fonctionnel d'une entreprise. Permet aux entreprises de se recentrer sur leur métier en externalisant les fonctions les plus annexes de son activité.

R-r

Reporting

Dans le cadre de la carte achat, informations à l'entreprise acheteuse, fournies par l'émetteur de la carte, permettant de suivre et contrôler l'activité liée à l'utilisation de la carte achat.

T-t

Transaction électronique

Echange entre un acheteur et un fournisseur, matérialisé sur un support papier ou électronique, constatant le paiement d'un achat par le détenteur d'une carte de paiement.

Le rôle de l'APECA

La carte d'achat fait désormais partie intégrante du système de modernisation et de réduction des coûts et les conditions de son développement sont aujourd'hui réunies, notamment par la publication, le 26 octobre 2004, du décret relatif à l'exécution des marchés publics par carte d'achat.

Dans ce contexte, l'APECA, Association des Professionnels Européens de la Carte d'Achat, créée en 2003, s'est donné pour objectif de mettre à la disposition de ses membres - acheteurs publics et privés, fournisseurs, établissements financiers, prestataires - un lieu de concertation entre utilisateurs sur l'évolution des produits, la standardisation des échanges et l'organisation du marché.

Sa mission est double : conduire et animer les réflexions, former et accompagner les acteurs privés et publics.

L'association se développe aujourd'hui au service de la promotion de ce système d'optimisation des achats et des services associés tels que la dématérialisation des factures. Renforcer l'information, faciliter la démarche de mise en œuvre et favoriser l'acceptation sont les principales orientations de l'année 2006 pour accompagner le déploiement de la carte d'achat en sphère publique notamment.

L'association est administrée par un Conseil d'Administration, représentant les différents secteurs d'activité auxquels appartiennent les membres de l'association, structure de décision opérationnelle, qui définit ses principales orientations.

Un Comité d'Orientation, constitué d'experts de la modernisation des moyens de paiement et de la dématérialisation des échanges, participe à ses réflexions.

Des Groupes de réflexion et des Commissions, animés par des membres bénévoles travaillent sur les axes et les thèmes validés par le Conseil d'Administration.

Outre ses 'Cahiers Pédagogiques', l'association met à la disposition de ses membres et du marché de nombreux services :

- des sessions de formation à la carte d'achat,
- une newsletter mensuelle,
- des fiches pratiques,
- une assistance juridique,
- des indicateurs et une veille du marché,
- ...

Un 'Club Utilisateurs' sera, dès septembre, l'occasion de rencontres et d'échanges entre acheteurs des secteurs privé et public et fournisseurs.

BUREAU

Président

Bernard SIOUFFI

*Délégué Général du Conseil
du Commerce de France*

Trésorier Vice Président

Alain BARRÈRE

*Directeur Business Développement
Orange Business Services*

Secrétaire Général

Solange LIGERET

Les auteurs

Jean-Christophe Defline et Hervé Lebec

Directeurs Associés, Copilot Partners

Copilot Partners est une société de Conseil Stratégique et de Management Opérationnel. Ses managers entrepreneurs, anciens dirigeants opérationnels de la « Hi-Tech », interviennent sur des prospectives de développement de marché ou d'organisations, sur la conception et l'accompagnement de projets opérationnels, dans un contexte où les technologies de l'information jouent un rôle déterminant.

www.copilotpartners.com

Copyright© 2006 APECA. Tous droits réservés.

Les Sponsors



American Express Commercial Cards met à la disposition des entreprises un service complet et des systèmes de gestion performants qui ont pour vocation de les aider à réaliser des économies en rationalisant leurs process et en optimisant la gestion de leurs dépenses et des coûts cachés afférant : le programme *Corporate Purchasing Solutions* est dédié aux achats courants.



BNP Paribas est un leader européen des services bancaires et financiers. Le groupe possède l'un des plus grands réseaux internationaux, avec une présence dans plus de 85 pays et plus de 105 000 collaborateurs dont près de 80 000 en Europe. BNP Paribas détient des positions clés dans ses trois domaines d'activité : la Banque de Financement et d'Investissement, le pôle Asset Management & Services et la Banque de Détail.



ITS propose des solutions sécurisées répondant aux besoins des fournisseurs pour leur gestion des transactions de paiement, dont les cartes d'achat. ITS propose également des solutions de monétique intégrée et centralisée pour les chaînes de distribution. En Europe, plus de 10 000 fournisseurs utilisent et font confiance aux services ITS.

*MasterCard
International*



MasterCard, entreprise leader dans les solutions de paiement internationales, fournit une grande variété de services innovants afin de soutenir les programmes de crédit, de débit, de cash électronique, business to business... de ses sociétés financières membres. La carte d'achat de MasterCard a contribué à la réalisation du pilote de l'administration.



Ogone est un des principaux acteurs européens du paiement sécurisé, tant pour le B2C que pour le B2B. Quel que soit le canal de vente, Ogone propose des solutions modulaires, flexibles et évolutives aux fournisseurs, acheteurs ou banques. Sécurisée, multi-carte et internationale, notre plate-forme répond à vos besoins actuels et futurs en matière de carte achat.



Société Générale propose aux fournisseurs un service complet d'acceptation : solution technique, contrat monétique et accompagnement s'appuyant sur son expertise monétique et des partenaires reconnus pour leur savoir faire et leur expérience de la Carte d'Achat. Pour en bénéficier il suffit de contacter nos conseillers de clientèle.



GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES "CB"

Avec le soutien du **Groupement des Cartes bancaires 'CB'**

