

# Banque: Carrefour finance ses clients à distance avec Orange

Au 1er avril, et c'est vrai, les 3 millions de porteurs de la carte privative Pass de Carrefour disposeront gratuitement de nouveaux services. C'est ce qu'ont annoncé conjointement Carrefour et Orange Business Service (OBS), lors d'une conférence de presse, ce 26 mars.

Le nouveau **service, S-Pass**, réside dans la possibilité d'effectuer des transactions à distance, qu'il s'agisse du courrier, du téléphone ou du web. Ce dernier marché pesait 16,1 milliards d'euros en 2007, d'après la Fevad, fédération du e-commerce et de la vente à distance.

*« Les cartes privatives sont mises en difficulté par les banques qui proposent de plus en plus de solutions de crédit adossées à leurs cartes. Nous devons donc avancer sur ces sujets, co-branding compris. Mais nous demeurons l'établissement financier de Carrefour, avec comme souci principal de préserver la fidélité des clients de l'enseigne et non de déployer des solutions de crédit », explique Laurent Maréchal, directeur commercial et marketing des services financiers de Carrefour. »* Pour l'instant, nous n'allons pas nouer de partenariats avec des sites marchands. Et, dans tous les cas, il faudrait qu'ils soient complémentaires et non concurrents », ajoute-t-il.

## **Volontairement rassurant**

La solution concoctée avec Orange Business Services n'en permet pas moins aux porteurs d'acheter sur n'importe quel site Internet, en France comme à l'étranger. Et le porteur de la carte peut choisir à chaque transaction le type de financement qu'il souhaite, crédit ou comptant *« Les trois quarts des sites de commerce en France sont potentiellement trop peu importants pour proposer des offres de financement »*, souligne Laurent Maréchal.

Par ailleurs, la démarche se montre volontairement rassurante, et simple, comme celle de la 'carte bleue'. En effet, un numéro unique est généré à chaque transaction. Le client de Carrefour est identifié au préalable sur le site *pass.com*. Pour obtenir la génération d'un numéro unique, il s'identifie à l'aide de son identifiant, de sa date de naissance et d'un mot de passe qui lui a été transmis par courrier. Un numéro unique lui est alors proposé. Mais il a également la possibilité de télécharger le logiciel générateur de numéros uniques.

Si l'achat se déroule sur Internet, il suffit de glisser le 'pop up' de *pass.com* sur le formulaire du site marchand pour intégrer ses données. Il est également possible de remplir les champs décrivant ses coordonnées, y compris sur les sites étrangers, grâce à la technologie de reconnaissance Roboform.

*« Nous ne touchons pas à la chaîne monétique », précise Fergal Golding, responsable « epayment » et sécurité chez Orange Business Services. « Nous faisons simplement l'interface entre le monde bancaire et le monde privé. Pour le commerçant, il s'agit d'une transaction comme une autre », ajoute-t-il.*