

Maty adopte le paiement du futur



L'entreprise française d'horlogerie et de joaillerie Maty qui fête ses 70 ans déploie un nouveau mode de paiement sur smartphone.

Créée à Besançon, berceau historique de l'horlogerie française, Maty a commencé par vendre des bijoux par correspondance avant d'ouvrir des boutiques, de lancer son premier site e-commerce en 1999 et [une place de marché](#) avec Mirakl dès 2018. Bousculée par de nouveaux concurrents puis par la crise sanitaire, l'entreprise a dû fermer huit boutiques en 2021 et réduire ses effectifs. L'enseigne en compte aujourd'hui 31 et elle inaugure cette année sa première bijouterie en affiliation. *«Nous nous sommes redressés l'an dernier et affichons des comptes bénéficiaires. Aujourd'hui nous devons à la fois faire face à des*

problématiques de croissance et à la perte de vitesse de notre canal historique, une diminution pour laquelle nous ne pouvons pas lutter», affirme Patrick Tisserant, trésorier du groupe Maty.

Progressivement le web a pris la relève. Il pèse aujourd'hui 15% du chiffre d'affaires et l'offre en ligne a été complétée par la place de marché. *«Nous avons appris à sélectionner nos vendeurs et avons atteint notre vitesse de croisière».*

L'entreprise a également développé une stratégie omnicanale en équipant ses vendeurs de tablettes tactiles pour conseiller les clients et passer des commandes en ligne. Aujourd'hui, elle va un cran plus loin en déployant une technologie SoftPOS avec la solution PayWish de Market Pay.



Patrick Tisserant

Réduire les surfaces dédiées aux postes de caisse

Le SoftPOS (Software POS) permet aux commerçants d'utiliser leurs smartphones pour accepter les paiements de leurs clients grâce au protocole Near Field Communication (NFC). Pour l'activer, il suffit de télécharger une application. Destinée d'abord aux petits commerçants, la technologie logicielle se fait progressivement une place aux côtés des terminaux de paiement classiques (TPE) et des mPOS (terminaux d'encaissement mobile). Market Pay a développé son offre d'acceptation des paiements sans contact accompagnée par la fintech Dejamobile et sa solution ReadyToTap Payment for Merchants qu'elle a rachetée. En s'équipant de cette technologie, Maty veut rendre ses conseillers de vente encore plus mobiles mais souhaite aussi réduire les surfaces dédiées à

l'encaissement et gagner ainsi en espace de vente. *«Les vendeurs sont déjà équipés de tablettes Samsung ce qui facilite le déploiement. La solution permet de rapprocher l'acte de vente sur la vitrine et l'encaissement. Plus besoin de repasser par le poste de caisse. Le parcours client devient plus fluide et les magasins plus petits vont gagner en surface de vente».*

Pour l'instant, trois magasins dont celui du siège à Besançon et celui de Paris Opéra sont enrôlés dans une phase pilote et le déploiement global est prévu dans le courant de l'année. La technologie ne se substitue pas complètement aux caisses traditionnelles toujours indispensables pour les règlements par chèque, en liquide ou en cartes cadeaux. Le SoftPOS complète ainsi les offres de terminaux de paiement. La solution baptisée PayWish est téléchargeable après des ouvertures de comptes réalisées par MarketPay et doit être rattachée aux solutions d'encaissements. Des développements sont en cours pour intégrer ce TPE aux logiciels métier.



«Les premiers clients sont surpris mais trouvent cette technologie géniale, tout comme notre force de vente, parce que c'est simple. La formation est effectuée en une demi-heure». La solution intègre un back office pour assurer une traçabilité des informations. *«Comme nos équipes disposaient déjà de tablettes, l'investissement est minime. Ces TPE sont*

utiles aussi au moment des rushs de fin d'année. Cela nous évite de louer des terminaux supplémentaires». L'application accepte les paiements sans contact de tout montant, jusqu'à plus de 3000 euros chez Maty. *«La barrière est liée au plafond de la carte*». Pour un montant supérieur à 50€, après avoir approché sa carte, le client doit renseigner son code PIN sur le terminal. Le client peut également régler avec son smartphone. Dans ce cas, et quel que soit le montant, il n'y a pas de code à renseigner. Les reçus de paiement peut être envoyés sous format digital par mail, par SMS ou via QR Code.

La fintech propose par ailleurs le nouveau mode de paiement Pay by Bank qui permet aux commerçants d'initier un transfert du compte de leur client vers leur propre compte. *«C'est utile pour un client qui veut verser un acompte qui n'a plus besoin de se rendre en boutique*». Maty a également instauré de nouveaux modes de règlements comme le paiement fractionné avec Alma.

Tous droits réservés @ Les Clés Du Digital SAS. Chaque commande d'article est strictement personnelle. Seule une copie privée de l'article est autorisée. Cela signifie que vous pouvez imprimer des articles commandés pour votre usage personnel uniquement. Vous ne pouvez en aucun cas les diffuser auprès de tiers, que ce soit par e-mail, copie papier ou intranet.

Les Clés du Digital est le média de la transformation digitale = 100% indépendant, 0% pub. Tous nos articles sont exclusifs.