

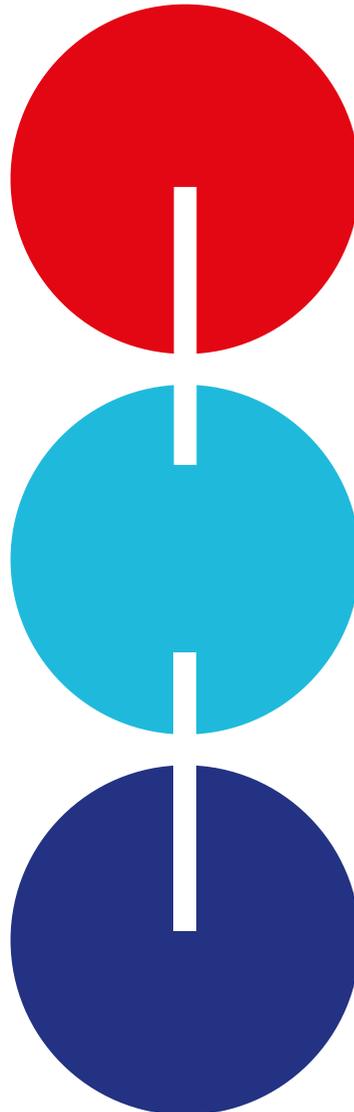
2014

ingenico
GROUP

RETROSPECTIVE

Ingenico devient Ingenico Group

- Ingenico Group accélère sa transformation
- e-Payments, naissance d'un acteur mondial du paiement en ligne
- L'innovation au cœur de notre stratégie





Ingenico Group,
leader mondial
des solutions de
paiement intégrées

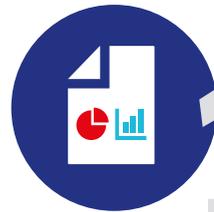
Nous proposons
des solutions fluides,
innovantes et sécurisées
sur tous les canaux
de vente : en magasin,
en ligne et sur mobile

Sommaire



08 Interview de Philippe Lazare Président-directeur général

Ingenico Group accélère sa transformation.



14 Les chiffres clés 2014

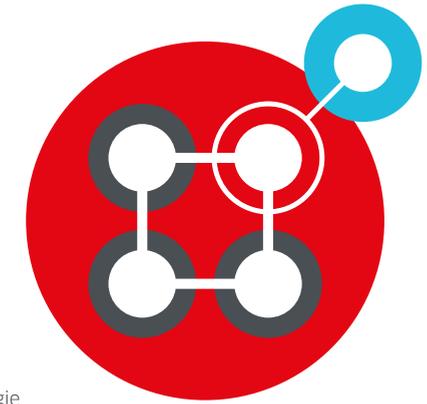
18 La nouvelle identité

Récompensée à l'occasion des Grands Prix Communication & Entreprise, la nouvelle identité du Groupe incarne son positionnement de leader mondial des solutions de paiement intégrées.

12 La Gouvernance

26 L'innovation au cœur de notre stratégie

Du lancement de Telium Tetra à la création d'Ingenico Labs, Ingenico Group accélère sa stratégie d'innovation et se lance à la conquête de nouveaux marchés.



32 e-Payments, naissance d'un acteur mondial du paiement en ligne

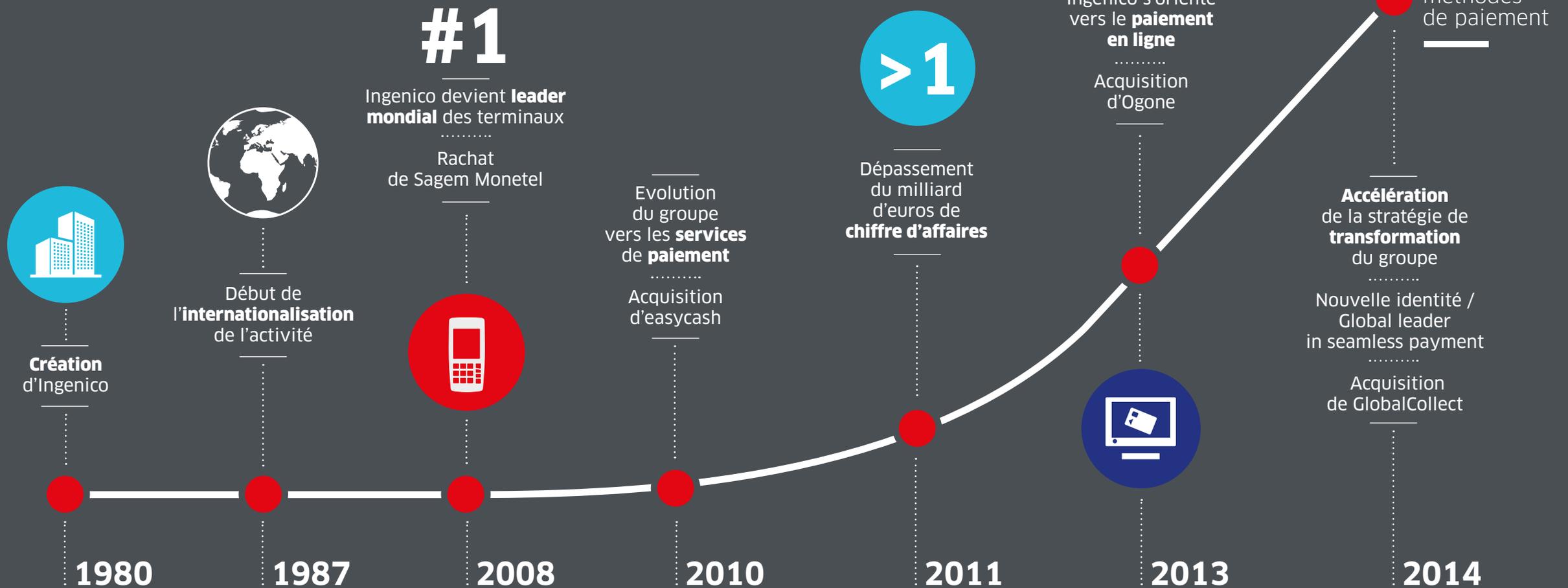
Comment l'acquisition de GlobalCollect a propulsé le Groupe au premier rang mondial.

38 Ingenico Group dans le monde



48 La communauté Ingenico Group

35 ans d'histoire





INGENICO GROUP ACCÉLÈRE SA TRANSFORMATION

**INTERVIEW DE PHILIPPE LAZARE,
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL**

Deux ans après avoir dévoilé son plan stratégique à horizon 2016, Philippe Lazare revient sur l'actualité 2014 d'Ingenico Group et expose les clés du succès de sa stratégie de transformation.

Quel bilan tirez-vous de l'année 2014 ?

2014 aura été une année exaltante. Ingenico Group a franchi de nouvelles étapes et s'est engagé dans une phase d'accélération de sa transformation. Nos choix stratégiques ont produit de solides résultats et consolident notre position de leader des solutions de paiement. Notre chiffre d'affaires s'élève à 1,6 milliard d'euros et s'appuie sur une croissance à deux chiffres dans toutes les régions sur lesquelles nous opérons.

Nous poursuivons notre développement à travers le monde et pouvons aujourd'hui capitaliser à la fois sur notre expertise métier, sur notre connaissance des enjeux locaux et sur la relation de proximité avec nos clients. Plus que jamais nous sommes le partenaire de confiance des institutions financières et des commerçants que nous accompagnons au quotidien. Nos succès sont portés par notre positionnement multi-local, associé à notre gamme complète de solutions de paiement. Des solutions EMV et NFC aux Etats-Unis en passant par l'encaissement mobile au Brésil, nous avons déployé notre offre au niveau mondial.

J'ajouterai que le remboursement des obligations par anticipation que nous avons annoncé en fin d'année traduit toute la confiance des investisseurs quant à nos performances futures et à la réalisation de notre stratégie de transformation.

En 2014, Ingenico est devenu Ingenico Group...

Absolument. Nous avons fait évoluer notre identité dans un souci de cohérence et de simplification de notre plateforme de marque. Cette nouvelle identité reflète notre ambition d'accompagner nos clients sur tous les canaux de vente grâce à des solutions fluides, fiables et sécurisées. Elle illustre parfaitement notre positionnement et notre périmètre d'activité.

Notre offre s'articule désormais autour de trois marques commerciales - Ingenico Smart Terminals, Ingenico Payment Services et Ingenico Mobile Solutions. Aujourd'hui, nos clients bénéficient d'une réelle synergie de compétences et peuvent capitaliser sur notre savoir-faire pour augmenter leurs ventes quel que soit le canal et proposer des expériences de paiement simples et innovantes.

• **“ Nos succès
• sont portés
• par notre
• positionnement
• multi-local,
• associé à notre
• gamme complète
• de solutions
• de paiement. ”**

Quels sont les piliers de votre leadership ?

Ingenico Group est historiquement leader sur le marché des terminaux de paiement, mais notre métier a évolué. Les consommateurs d'aujourd'hui passent d'un canal de vente à un autre. Les marchands se tournent donc vers des solutions capables d'offrir à cette clientèle ultra connectée une expérience d'achat homogène en magasin, sur le web et sur le mobile.

Avec l'acquisition de GlobalCollect, nous avons étendu le déploiement de notre stratégie de services à l'échelle mondiale et marqué une nouvelle étape dans la transformation du Groupe en faveur d'initiatives cross-canal. Notre activité de paiement en ligne, matérialisée à l'échelle européenne par l'acquisition d'Ogone en 2013, est désormais opérationnelle à l'échelle mondiale.

“ Avec l'acquisition de GlobalCollect, nous avons étendu le déploiement de notre stratégie de services à l'échelle mondiale. ”

Ce nouveau rapprochement nous a donné l'opportunité de devenir un acteur mondial du paiement en ligne et de reproduire, dans l'écosystème des transactions en ligne, notre leadership dans le domaine du paiement en magasin.

A l'occasion du salon Cartes 2014, nous avons dévoilé une nouvelle offre de terminaux baptisée Telium Tetra. Conçu par les chercheurs et ingénieurs d'Ingenico Group, Telium Tetra est le premier écosystème marchand entièrement intégré permettant d'optimiser l'expérience client. Il allie le paiement sécurisé à un environnement ouvert d'applications métier et permet une réelle transition en magasin vers l'ère digitale. Bien plus qu'un simple moyen de paiement, Telium Tetra révèle tout le potentiel des terminaux et crée de nouveaux points d'interaction entre les commerçants et leurs clients.

Dans un monde du commerce en constante évolution, notre offre se veut résolument novatrice. Nous devons préparer l'avenir et répondre aux attentes de la nouvelle génération de consommateurs.

Est-ce pour cette raison que vous avez créé Ingenico Labs ?

Oui, car l'innovation n'est pas seulement un axe de différenciation stratégique : c'est avant tout un moyen d'anticiper l'évolution des comportements de paiement et d'ouvrir des perspectives d'interaction inédites.

Le mobile a révolutionné la relation marchands-consommateurs ; l'Internet des Objets lui emboîte le pas. Nous avons créé Ingenico Labs pour soutenir notre transformation au-delà du terminal et découpler notre force d'innovation.

“ Nous avons posé un premier jalon important dans l'histoire du paiement sur le marché naissant des objets connectés. ”

En l'espace de quelques mois, Ingenico Labs a déjà ouvert la voie à de nouveaux comportements d'achat. Je pense par exemple à nos partenariats avec Intel ou l'Institut Curie : en intégrant l'acceptation de paiement dans des tablettes et des écrans publicitaires, nous avons posé un premier jalon important dans l'histoire du paiement sur le marché naissant des objets connectés.

Enfin, en parallèle de ces initiatives, nous participons au lancement de Partech Growth, un fonds de capital-croissance destiné aux futurs géants du tech et du digital, pour favoriser le partage d'expertises et donner lieu à de nouveaux partenariats.

Quel regard portez-vous sur l'année 2015 ?

Ingenico Group est devenu un acteur du paiement unique au monde, avec une couverture géographique qui englobe 170 pays, un réseau connecté à plus de 1000 banques et acquéreurs, et l'acceptation de plus de 300 méthodes de paiement traditionnelles ou alternatives en magasin mais aussi sur Internet et sur mobile.

Les succès récents nous ont placés au cœur des usages et aux avant-postes de l'acceptation du paiement. Notre positionnement multi-local, l'excellence de notre gamme de solutions et notre capacité d'innovation nous permettent d'aborder l'année en toute confiance. Le Groupe va poursuivre sa croissance rentable et continuer à développer de nouvelles expériences clients, toujours plus disruptives.

Plus que jamais, nous sommes en ordre de marche pour accompagner un secteur en pleine mutation, et je tiens, au nom du Conseil d'administration, à remercier nos clients, nos partenaires, nos actionnaires, ainsi que l'ensemble des collaborateurs du Groupe pour leur fidélité et leur engagement.

La Gouvernance

Le conseil d'administration

Fortement impliqué, indépendant, équilibré dans sa composition, le Conseil d'Administration a pour mission de déterminer les orientations stratégiques du groupe, de veiller et d'assurer le suivi de leur mise en œuvre et d'en contrôler la bonne gestion.

En 2014, ses travaux ont notamment porté sur l'accélération de la transformation du groupe à travers l'acquisition de GlobalCollect (leader des solutions intégrées de paiement en ligne), mais aussi sur la politique de rétention des employés et la structure de financement (émission du premier emprunt obligataire et remboursement anticipé des OCEANE).

Le conseil d'administration est composé de 9 membres :

- Philippe Lazare - Président-directeur général
- Jean-Pierre Cojan
- Jean-Louis Constanza*
- Diaa Elyaacoubi*
- Xavier Moreno*
- Florence Parly*
- Thibault Poutrel
- Céleste Thomasson
- Elie Vannier*

* Administrateur indépendant

Le comité exécutif

Le Comité exécutif a pour mission de mettre en œuvre la stratégie telle que définie par le Conseil d'administration et de garantir une étroite collaboration entre les directions opérationnelles locales et les directions fonctionnelles Groupe. La forte implantation locale permet au groupe d'être au cœur des problématiques de paiement de ses clients et ainsi de mieux les accompagner.

Début 2015, le Groupe a déployé une nouvelle organisation afin de refléter l'évolution de son périmètre d'activité :

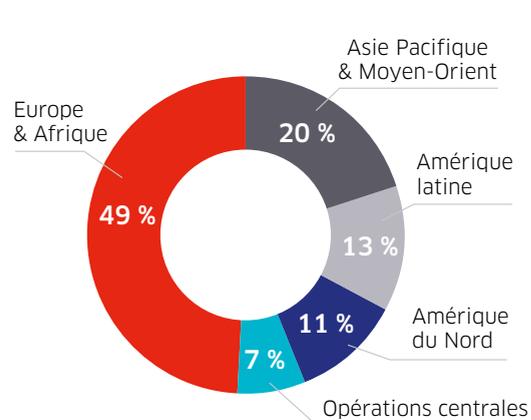
- Création d'une unité opérationnelle mondiale consacrée à l'activité e-Payments ;
- Regroupement des plates-formes technologiques ;
- Création d'Ingenico Labs pour appuyer l'effort d'innovation à l'échelle du groupe ;
- Recentrage sur 4 régions : Amérique du Nord, Amérique Latine, Asie - Pacifique - Moyen-Orient, Europe-Afrique.

Les quinze membres du comité exécutif :

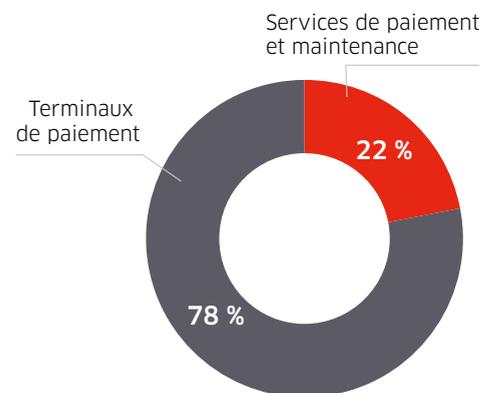
- Philippe Lazare, Président-directeur général
- Patrice Durand, Conseiller du Président-directeur général
- Pierre-Antoine Vacheron, EVP Stratégie, Finance et Performance
- Jacques Behr, EVP Europe et Afrique
- Oscar Bello, EVP Amérique latine
- Martine Birot, EVP Ressources humaines et Communication interne
- Stephen Büchner, EVP e-Payments
- Rick Centeno, EVP Technologie et Plateformes
- Thierry Denis, EVP Amérique du Nord
- Jacques Guérin, EVP Terminaux et Solutions mobiles
- Patrice Le Marre, EVP Asie-Pacifique et Moyen-Orient
- Michel Léger, EVP Innovation
- Nathalie Lomon, EVP Finance
- Chloé Mayenobe, EVP Gouvernance et Risques
- Kesh Talwar, EVP Stratégie Paiement

Chiffres clés 2014

> Chiffres d'affaires par zone géographique



> Chiffres d'affaires par activité



“ En 2014, notre stratégie a porté pleinement ses fruits, générant des performances opérationnelles et financières remarquables. L'acquisition de GlobalCollect a accéléré notre transformation vers les services de paiement en ligne, tout en maintenant notre flexibilité financière pour poursuivre nos investissements. ”



Pierre-Antoine Vacheron,
EVP Stratégie,
Finance & Performance

1,6 md €

Chiffre d'affaires 2014

+ 19 %

172 m €

Résultat Net

+ 43 %

377 m €

EBITDA

+ 37 %

255 m €

Free Cash Flow

+ 44 %

Retrouvez l'ensemble de nos chiffres clés sur ingenico.com/fr/finance/chiffres-cles

L'action

Notre objectif est de maintenir un dialogue ouvert et riche avec les investisseurs institutionnels, les actionnaires individuels et les analystes. Notre politique de communication financière vise à fournir à tous des informations précises et spécifiques sur la mise en œuvre de notre stratégie et nos performances globales, conformément aux meilleures pratiques des marchés boursiers. La relation que nous entretenons avec nos actionnaires repose sur une confiance mutuelle, un dialogue ouvert et des contacts réguliers.

Répartition du capital

Avec la conversion anticipée de l'OCEANE début janvier, Morpho détient, au 31 mars 2015, 9 % du capital du groupe, devant Jupiter AM à 5 %. Les autres actionnaires institutionnels et individuels représentent 86% du capital.

L'action Ingenico Group

- Code ISIN : FR 0000 125346
- Place de cotation : Euronext Paris (compartiment A)
- Mnémonique : ING (Paris)
- Eligible au SRD

L'action Ingenico Group fait partie des indices boursiers SBF120, CAC All Tradable (ex-SBF250), DJSI600, MSCI Small Caps EAFE, MSCI Small Caps Europe.

Capitalisation boursière

Au 31 mars 2015, la capitalisation boursière d'Ingenico Group s'élevait à 6,2 milliards d'euros, avec 60,653,347 actions composant le capital.

1 €

Dividende proposé à l'Assemblée Générale du 6 mai 2015

+25 %

Progression du dividende 2014

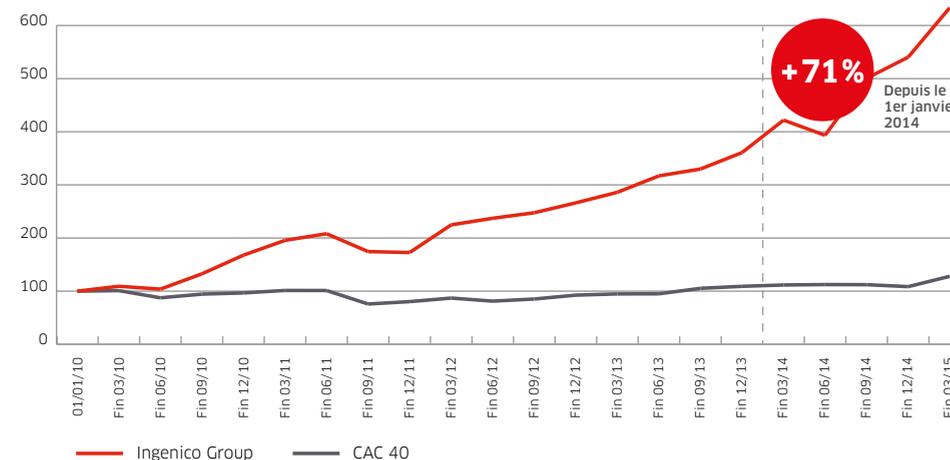
35 %

Taux de distribution

46 %

Rendement annuel moyen depuis 2009

Evolution du cours depuis le 1^{er} janvier 2010

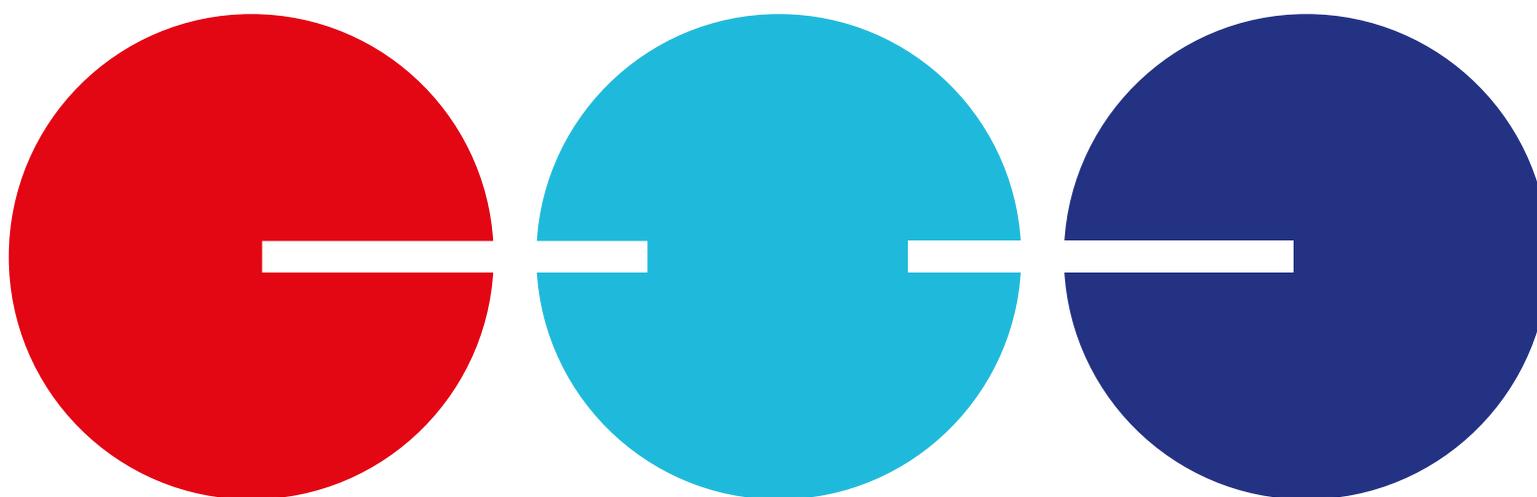


Découvrez le nouveau hub consacré aux investisseurs

Vous y trouverez notamment toutes nos informations financières ainsi que de nombreuses nouveautés et outils interactifs, comme des infographies et une calculatrice permettant d'évaluer le rendement des actions.

ingenico.com/finance





INGENICO DEVIENT INGENICO GROUP

**UNE NOUVELLE IDENTITÉ
POUR ACCOMPAGNER
NOS AMBITIONS**

En l'espace de quelques années, Ingenico Group a connu une croissance très rapide, passant du statut de fournisseur de terminaux à celui de fournisseur de solutions de paiement. Mais d'acquisitions en nouveauxancements, l'architecture de notre marque s'est complexifiée et fragmentée. 2014 a donc été l'occasion de repenser notre positionnement et notre image pour simplifier notre marque, renforcer notre cohérence à travers les zones géographiques et valoriser nos atouts.

NAISSANCE D'UN LEADER MONDIAL DES SOLUTIONS DE PAIEMENT INTÉGRÉES

Affirmation

Une nouvelle marque

Ingenico est devenu Ingenico Group pour refléter son évolution. Notre offre s'articule désormais autour de trois marques commerciales : Ingenico Smart Terminals, Ingenico Payment Services, Ingenico Mobile Solutions. Ce nouveau nom souligne notre envergure internationale ainsi que l'amplitude de notre offre.

Positionnement

Une nouvelle signature

« Global Leader in Seamless Payment », ou leader mondial des solutions de paiement intégrées. Au-delà de l'ambition affichée par notre nouveau nom, notre positionnement a été décliné sur une nouvelle signature. Quelques mots qui illustrent parfaitement notre volonté d'accompagner, grâce à des solutions fluides, fiables et sécurisées, la mutation du commerce sur tous les canaux de vente : en magasin, sur Internet et sur mobile.

Incarnation

Une nouvelle identité visuelle

Pour guider les acteurs du paiement à travers la complexité d'un écosystème en constante évolution, nous avons décliné notre nouveau positionnement à travers une nouvelle identité visuelle. Notre logo a été entièrement repensé pour incarner notre positionnement de leader mondial des solutions de paiement intégrées. Le trait placé au-dessus du nom symbolise notre capacité à fournir des solutions de paiement de bout en bout, fluides, sur toute la chaîne de valeur et sur tous les canaux de vente.

Accompagnement

Un nouveau dispositif de communication

Le lancement de notre nouvelle identité de marque a fait l'objet d'un dispositif de communication média complet. Un vent de renouveau a soufflé sur nos supports de communication print et digitale, depuis nos campagnes de presse jusqu'à nos campagnes vidéo. Notre nouveau site web a quant à lui été dévoilé en janvier 2015 et offre une expérience utilisateur enrichie.



.....
Ingenico Group a simplifié sa marque et renforcé sa cohérence à travers le monde. Notre nouvelle identité visuelle incarne notre positionnement de leader mondial des solutions de paiement intégrées.



UNE COMMUNICATION REPENSÉE

POUR PROMOUVOIR LE NOUVEAU POSITIONNEMENT



UNE VIDÉO D'ENTREPRISE
pour refléter notre nouveau positionnement stratégique



UN MODULE INTERACTIF
pour expliquer le paiement et jouer notre rôle d'expert



DES TÉMOIGNAGES VIDÉO
pour valoriser les expériences de nos clients et collaborateurs



DES ANIMATIONS
pour illustrer nos messages clés à travers des formats innovants



Notre nouveau site web et notre présence accrue sur les médias sociaux renforcent notre rôle d'expert du paiement dans le monde digital.



Grâce au responsive design et à la géolocalisation, notre nouveau site web offre une expérience utilisateur enrichie, quels que soient le support et le lieu d'accès.

Suivez-nous



15 142
ABONNÉS
x 2 en un an



6 500
FOLLOWERS
+ 55% en un an

3 MARQUES COMMERCIALES POUR INCARNER NOTRE OFFRE

ingenico
Smart
terminals

Ingenico Smart Terminals

Les terminaux nouvelle génération

Leader du secteur depuis 35 ans, Ingenico Smart Terminals permet aux marchands d'accepter plus de 300 méthodes de paiement et d'améliorer l'expérience consommateur en magasin. Notre gamme de terminaux est la plus complète et la plus déployée dans le monde. Elle combine les technologies de pointe (NFC, QR code, biométrie...) et les dernières exigences de sécurité (EMV, PCI DSS), quelle que soit la réglementation locale.

ingenico
Payment
services

Ingenico Payment Services

Une offre de services sur tous les canaux

Regroupant désormais l'expertise des spécialistes du paiement en ligne Ogone (acquis en 2013) et GlobalCollect (acquis en 2014), Ingenico Payment Services propose, dans plus de 170 pays, des solutions de paiement intégrées en magasin, en ligne et sur mobile. Nous permettons aux marchands d'accepter toutes les méthodes de paiement et d'accroître leurs taux de conversion grâce à notre offre globale et complète, du processing des transactions aux outils de prévention de fraude en ligne et d'analyse des données de paiement.



▲ Au salon Cartes 2014, Ingenico Group a structuré sa présence autour de ses 3 nouvelles marques commerciales.

ingenico
Mobile
solutions

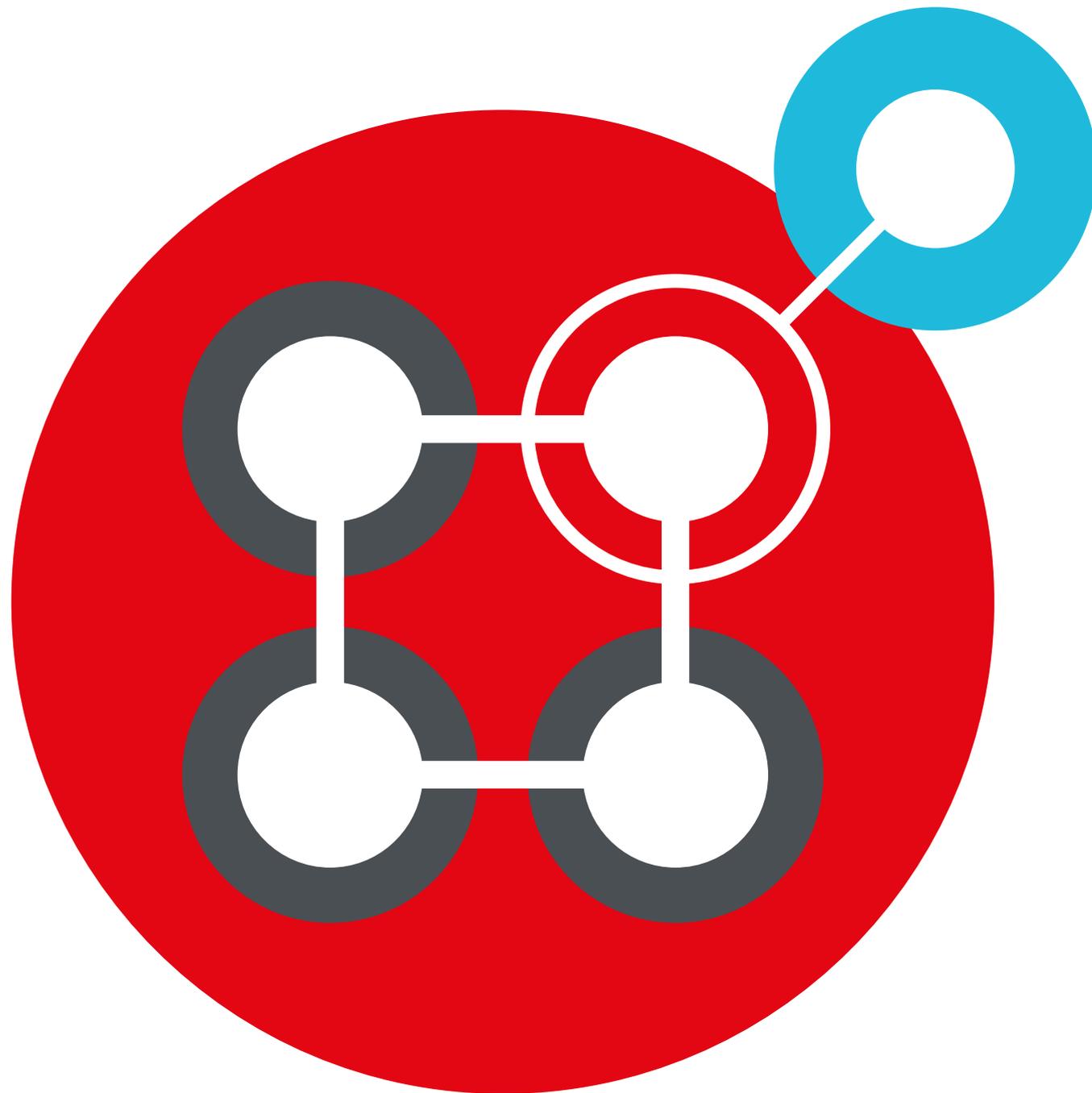
Ingenico Mobile Solutions

Référence mondiale de l'acceptation de paiement mobile

Référence mondiale de l'acceptation de paiement mobile, Ingenico Mobile Solutions offre à plus de 100 000 marchands à travers le monde des solutions sécurisées et mobiles, spécialement conçues pour les entreprises. Notre plateforme agnostique de m-commerce permet aux marchands, quelle que soit leur taille, de développer leurs ventes hors de leurs points de vente traditionnels et d'enrichir l'expérience consommateur.



.....
Notre nouvelle architecture de marque porte l'ADN de l'offre historique du groupe, enrichie des nouveaux canaux et usages affectionnés par les consommateurs.



L'INNOVATION AU CŒUR DE NOTRE STRATÉGIE

Du lancement de Telium Tetra à la création d'Ingenico Labs, 2014 aura été une année placée sous le signe de l'innovation. Comment accompagner les banques et les marchands face aux nouveaux usages des consommateurs ? Comment créer de la valeur ajoutée pour nos clients ? Comment fluidifier l'acte d'achat ? Savoir innover, c'est savoir répondre à ces questions.

En 2014, Ingenico Group a accéléré sa stratégie d'innovation. Le Groupe a multiplié les points d'interaction, facilité l'acte d'achat et bousculé les usages traditionnels. Mais il ne s'arrête pas là : il couvre aujourd'hui tous les points de contact avec les consommateurs avec les technologies les plus innovantes du secteur et se lance même à la conquête des objets.

LES NOUVEAUX USAGES

Vendre en toutes circonstances

Aujourd'hui, le consommateur s'attend à pouvoir payer de manière rapide, simple et sécurisée, n'importe où et n'importe quand. Grâce à sa capacité d'innovation, Ingenico Group simplifie le paiement pour le marchand et améliore l'expérience d'achat pour le consommateur. Le Groupe place les nouveaux usages au cœur de ses ambitions et propose à ses clients et partenaires des solutions innovantes.

Mégastore du FC Barcelone

Une expérience de caisse en self-service unique en son genre

Grâce à Ingenico Group, le mégastore officiel du FC Barcelone a créé l'événement en lançant un nouveau point de vente interactif baptisé Digital Locker™, un concept nouvelle génération qui propose aux clients de sélectionner leur équipement et de le personnaliser avant de finaliser la commande et de procéder au paiement de manière sécurisée.

Loewe

L'acte de paiement simplifié et personnalisé

Pour personnaliser sa relation client et maximiser ses ventes, Loewe a choisi Ingenico Mobile Solutions pour déployer une solution d'encaissement mobile sur son réseau. Grâce à cette solution, les vendeurs accompagnent leurs clients du conseil jusqu'au paiement et peuvent rapidement convertir la décision d'achat en acte de vente. Ingenico Group gère également les transactions des magasins européens de la maison de luxe espagnole.



Les points de vente interactifs déployés par Ingenico Group et TMTFactory pour le FC Barcelone permettent aux consommateurs de sélectionner l'équipement de leur choix, le personnaliser, finaliser la commande et procéder au paiement de manière sécurisée.

La Fondation du Patrimoine

Premier 'don en 1-clic' en France

Un QR code à flasher, une page où on saisit le montant de son don, et un clic pour valider : mécène de la Fondation du Patrimoine, Ingenico Payment Services a mis en place un système de collecte en ligne innovant et permis à la fondation de battre ses records de collecte.

Allianz Hungária

Une nouvelle solution mobile intégrée pour l'assurance

Une grande première pour les 800 agents de vente d'Allianz Hungária : aujourd'hui, grâce à notre solution mobile, ils gèrent le parcours client de A à Z, de la signature du contrat jusqu'au paiement. Cette offre innovante assure des transactions rapides, pratiques et flexibles pour l'assureur, où et quand le consommateur le souhaite. Une expérience d'achat unique dans ce secteur qui a rencontré un succès immédiat avec plus de 6000 transactions en quelques semaines.

x2

Le nombre de terminaux sans contact déployés par Ingenico Group en 2014 a doublé.

TELIUM TETRA

Une expérience de paiement interactive

En offrant aux marchands la possibilité de reproduire en magasin les usages nés sur Internet, la plateforme d'Ingenico Group s'appuie sur un système d'exploitation inédit et sur 4 offres complémentaires : terminaux de paiement, applications de paiement, Estate Manager et Marketplace.



Le défi

Offrir le meilleur des deux mondes

Ingenico Group a déployé le 1er écosystème marchand entièrement intégré. En alliant la sécurité de Telium à la flexibilité de l'HTML5, Telium Tetra associe paiement sécurisé et applications métier, et permet aux marchands d'améliorer l'interaction avec les consommateurs.

Le résultat

Une expérience consommateur inédite

Avec Telium Tetra, le terminal a pris une nouvelle dimension grâce à la flexibilité des technologies web. Véritable point d'interaction entre le marchand et le consommateur, il offre une expérience d'achat rapide, simple et sûre, et permet au marchand de proposer de nouveaux services tels que les programmes de fidélité, la mesure de la satisfaction client ou le marketing digital.

Le constat

Un accueil prometteur

Dévoilée lors du salon Cartes 2014, Telium Tetra a reçu un accueil très favorable. Michel Léger, EVP Innovation, y voit « une étape majeure dans la convergence des environnements physique et digital pour les commerces de toutes tailles. Avec notre application disponible sur la Marketplace Ingenico, les commerçants peuvent accéder en temps réel aux commentaires laissés par les clients en boutique. Cela leur permet d'augmenter leur taux de conversion plutôt que de voir la vente leur échapper au profit des boutiques en ligne ».

2500
applications

300
méthodes de paiement

HTML5
pour un système ouvert
à tous les développeurs

INGENICO LABS

L'innovation, moteur de notre transformation

Au-delà d'innovations liées à l'activité, Ingenico Group a créé Ingenico Labs. Dans un monde d'objets devenus intelligents, Ingenico Labs œuvre sur les technologies de prochaine génération pour offrir à ses clients et partenaires des solutions à valeur ajoutée et un atout concurrentiel majeur.



Success Stories

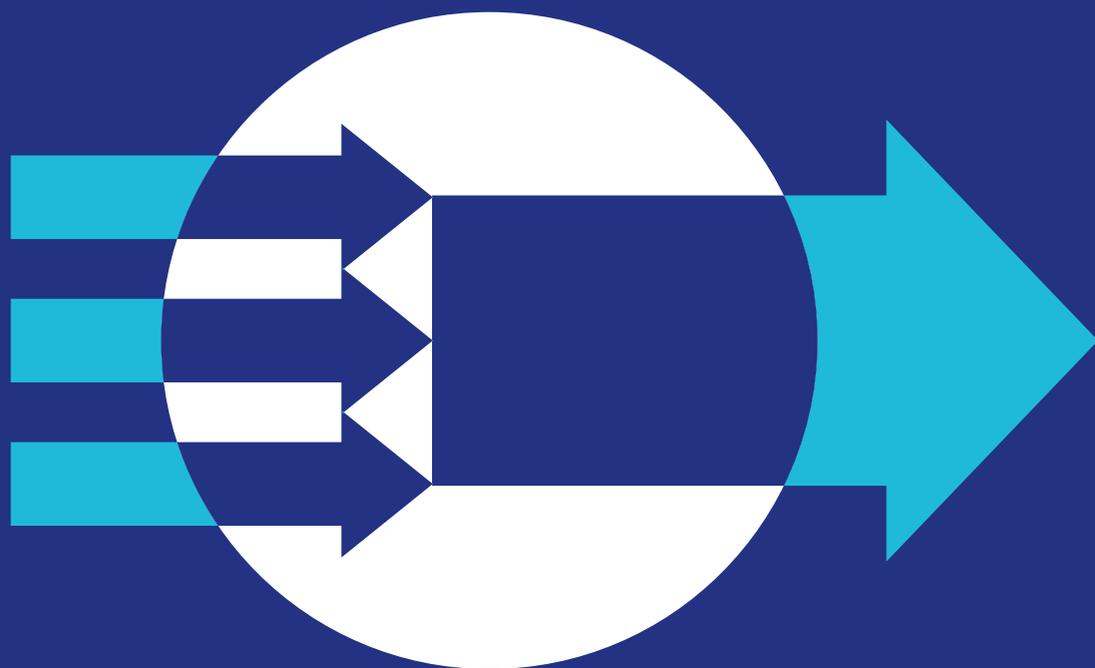
A la conquête de l'Internet des Objets

A l'occasion de Transact15, Ingenico Group a annoncé son partenariat avec Intel, acteur majeur dans le monde de l'innovation informatique. Réunis autour du thème des objets connectés, nous intégrerons l'acceptation de paiement et la technologie Intel dans des tablettes. Avec ce partenariat, Ingenico Group s'implante dans le marché naissant de l'Internet des objets.

Une jonquille pour Curie :
l'innovation au service
d'une noble cause

Grâce à Ingenico Labs, des écrans publicitaires sont devenus des outils de collecte de don dans le cadre de la campagne annuelle de lutte contre le cancer. Il suffisait aux voyageurs de passer leur carte de paiement sans contact sur les écrans pour que deux euros soient automatiquement versés de façon sécurisée à l'Institut Curie.





NAISSANCE D'UN ACTEUR MONDIAL DU PAIEMENT EN LIGNE

INGENICO PAYMENT SERVICES / E-PAYMENTS

L'activité dédiée au paiement en ligne d'Ingenico Group a vécu en 2014 une année charnière. Avec l'acquisition de GlobalCollect, le Groupe a pris une nouvelle dimension et propose aujourd'hui une solution unique à l'échelle globale.

UNE STRATÉGIE À L'ÉCHELLE MONDIALE

Le défi des marchands

Vendre au-delà des frontières

Alors que l'e-commerce international continue de se développer à mesure que les économies émergentes intègrent le marché en ligne, le paiement en ligne s'ancre de plus en plus dans les mœurs des marchés matures, grâce à des moyens de paiement toujours plus fluides.

Pour développer leur activité en ligne, les marchands se tournent vers l'international mais se heurtent à de nombreuses contraintes. Bien qu'Internet soit par définition sans frontières, les différentes réglementations, les préférences des consommateurs et les méthodes de paiement locales contribuent à la complexité de l'e-commerce transfrontalier. Les marchands ont besoin de tiers de confiance pour simplifier le paiement en ligne et développer leur activité à l'international.

C'est dans ce contexte que nous avons accéléré le déploiement de notre stratégie avec l'acquisition en septembre 2014 de GlobalCollect, un leader mondial de services intégrés de paiement en ligne.

Ingenico Group et Global Collect

Le full-service à l'échelle mondiale

L'acquisition de GlobalCollect s'est inscrite dans la continuité de notre rapprochement en 2013 avec Ogone, leader pan-européen des solutions de paiement en ligne.

En capitalisant sur la synergie entre Ogone et GlobalCollect mais aussi sur leur complémentarité en termes de couverture géographique, de méthodes de paiement et de réseaux de banques et acquéreurs, nous avons consolidé notre offre et proposons aujourd'hui une solution de paiement en ligne unique et complète.

La complémentarité d'Ogone et GlobalCollect nous a permis de construire une offre à 360° et de répondre ainsi aux besoins de tous les e-marchands, qu'il s'agisse de petites ou de grandes enseignes, en les aidant à partir à la conquête de nouveaux marchés et à augmenter leurs taux de conversion, notamment à l'aide de solutions d'analyse de données de paiement pour chaque pays et de gestion de la fraude en ligne.

Grâce à notre connaissance approfondie des 170 marchés sur lesquels nous opérons, nous sommes désormais le partenaire privilégié de plus de 40 000 clients. Nous comptons parmi nos clients à l'échelle mondiale 600 grands e-marchands de la vente de biens et de services, du voyage, de la grande distribution et du jeu vidéo, pour ne citer que quelques secteurs.



Avec l'acquisition d'Ogone en 2013, puis de GlobalCollect en 2014, Ingenico Group est devenu un acteur unique sur le marché mondial du paiement en ligne et reproduit dans l'écosystème des transactions en ligne, son leadership dans le domaine du paiement en magasin.

170
PAYS

150+
MÉTHODES
DE PAIEMENT

40 000+
CLIENTS

NOTRE EXPERTISE AU SERVICE DE NOS CLIENTS

Tour d'horizon 2014

Qu'il s'agisse de faciliter l'accès à de nouveaux marchés, d'optimiser les taux de conversion ou de proposer encore et toujours plus de méthodes de paiement locales tout en luttant contre la fraude en ligne avec Flex3D, cette année encore nous avons répondu aux multiples enjeux de nos clients. Diaporama des succès programmés de l'année.



► Avril

THALYS INTÈGRE NOTRE SOLUTION DE PAIEMENT MOBILE DANS SON APPLICATION

En l'espace d'un an, Thalys a augmenté ses taux de conversion grâce à notre offre de m-paiement. Plus de 500 000 voyageurs peuvent désormais acheter leurs billets en quelques clics depuis l'application mobile de Thalys.



► Avril

SANDRO & MAJE ACCÉLÈRENT LEUR ACTIVITÉ EN LIGNE À L'ÉCHELLE EUROPÉENNE

Le groupe de prêt-à-porter français a choisi notre solution e-commerce pour proposer ses collections à l'échelle internationale. « Nos ventes en ligne ont progressé de plus de 30 % », a déclaré Clément Letourneux, Directeur Financement, Trésorerie et Monétique du groupe SMCP.



► Septembre

COLRUYT GROUP DÉPLOIE LE PAIEMENT MOBILE DANS SES BOUTIQUES EN LIGNE

Les clients de Collishop, Dreamland et Dreambaby, trois sites e-commerce du leader belge de la grande distribution, peuvent désormais payer leurs achats en ligne depuis leur smartphone, quelle que soit leur banque.



► Novembre

CAP SUR LA CHINE AVEC GLOBALCOLLECT

GlobalCollect a élargi son réseau d'acceptation à la carte UnionPay, gérée par China UnionPay. Nos clients peuvent aujourd'hui proposer le moyen de paiement le plus populaire de Chine et accéder à 4,5 milliards de porteurs chinois.



UNE PRÉSENCE MONDIALE, UNE OFFRE LOCALE DIFFÉRENCIÉE

**INGENICO GROUP
DANS LE MONDE**

En 2014, Ingenico Group a renforcé ses positions et enregistré une croissance à deux chiffres sur toutes les régions du monde. Une performance remarquable qui repose à la fois sur notre approche multi-locale et sur notre capacité à offrir à nos clients une offre différenciée par pays. Nous sommes commercialement présents dans plus de 170 pays. Cette implantation locale nous permet non seulement de saisir les tendances du marché, mais aussi de comprendre les besoins de nos clients, de les libérer des contraintes réglementaires auxquelles ils se heurtent et de répondre aux besoins des grandes marques en leur offrant les solutions et les services les plus adaptés à leur marché.

13%

Amérique latine

+ 17% de croissance

- Consolidation de la position de leader sur les terminaux de paiement au Brésil
- Accélération de l'expansion commerciale, notamment au Mexique et en Colombie
- Déploiement de solutions NFC, 3G et d'encaissement mobile mPOS

20%

Asie-Pacifique et Moyen-Orient

+ 20% de croissance

- N°1 en Chine : 1/3 du volume des ventes de terminaux de paiement du Groupe en 2014
- Extension du réseau de distribution, notamment en Indonésie et au Moyen-Orient
- Connexion de GlobalCollect à China Union Pay pour permettre aux e-marchands d'accéder aux consommateurs chinois

11%

Amérique du Nord

+ 47% de croissance

- Déploiement accéléré des solutions EMV et NFC aux États-Unis
- Maintien d'une forte position auprès des grandes enseignes
- Accélération de la pénétration indirecte des petits marchands

49%

Europe & Afrique

+ 14% de croissance

- Consolidation de notre position de leader sur les terminaux de paiement
- Déploiement de l'offre de services de paiement sur tous les canaux
- Lancement d'offres innovantes améliorant l'expérience consommateur
- Lancement de l'offre d'inclusion financière sur le continent africain

EUROPE & AFRIQUE

UNE OFFRE DE PAIEMENT INTÉGRÉE, QUEL QUE SOIT LE CANAL

En Europe-SEPA, le Groupe a consolidé sa position de leader sur le marché des terminaux de paiement et accéléré le déploiement de solutions sans contact en Europe centrale, et notamment en Pologne. En France et en Allemagne, les ventes de terminaux et services associés se sont accélérées auprès de la grande distribution comme des banques, sous l'impulsion d'un support local très différenciant.

Le Groupe a également poursuivi le déploiement en Europe de sa stratégie basée sur les services de paiement opérables sur toute la chaîne de paiement et sur tous les canaux : en magasin, en ligne et sur mobile. Les services de paiement en ligne ont globalement rencontré une bonne dynamique commerciale et particulièrement dans les pays où le Groupe est historiquement implanté avec son offre historique, comme au Royaume-Uni, en France et en Espagne.

Enfin, le Groupe a poursuivi sa stratégie de diversification et d'innovation avec, par exemple, le déploiement de solutions d'encaissement mobile dans les magasins de la maison espagnole Loewe pour améliorer l'expérience en magasin, ou encore créer de nouveaux usages auprès des vendeurs d'Allianz en Hongrie pour gérer la relation de bout en bout avec les clients.

Pour accélérer son développement en Afrique, le Groupe a ouvert en avril 2014 un bureau à Casablanca. Et pour renforcer sa connaissance des acteurs de l'innovation sur le continent africain, Ingenico Group a sponsorisé Seedstars World, une compétition internationale destinée à soutenir les startups innovantes sur les marchés émergents.



En Italie, Ingenico Group a connu un franc succès avec le déploiement de ses solutions d'encaissement mobile auprès de 45 000 marchands. Ce déploiement a été lancé en réponse à une nouvelle réglementation leur imposant d'accepter les paiements par carte pour toute transaction supérieure à 30 €.



AMÉRIQUE DU NORD

UNE FORTE DYNAMIQUE DE CROISSANCE

En 2014, Ingenico Group a continué sa montée en puissance, avec une croissance de 47 %.

Au Canada, le Groupe a confirmé sa position de leader en livrant en un temps record une importante commande de renouvellement du parc de terminaux de Moneris. Nous avons aussi accompagné Moneris dans le déploiement de solutions mobiles auprès des petits commerçants pour leur permettre d'accéder aux mêmes services que les enseignes.

Aux États-Unis, notre croissance de + 50 % a été portée par le déploiement de solutions de paiement EMV et les résultats de notre stratégie de pénétration du marché des petits marchands. Au-delà des solutions EMV sur le marché historique

des grandes enseignes, nous avons commencé à déployer des terminaux auprès des commerçants de taille moyenne en remplacement de leurs systèmes d'encaissement non compatibles à la norme EMV. Nous avons par exemple équipé 900 boutiques de Stage stores avec une solution combinant les terminaux EMV et le cryptage de bout en bout, en partenariat avec Chase Paymentech.

Enfin, notre stratégie de conquête sur l'équipement des petits commerçants a porté ses fruits : nous avons capitalisé sur un réseau plus étendu avec les processeurs, distributeurs et revendeurs (ISO), tels que Elavon, CardConnect et FreedomPay, pour accélérer le déploiement des solutions EMV et NFC, notamment suite au lancement d'ApplePay.



Ingenico Group au salon NRF en janvier 2015 à New York, le salon mondial le plus important du monde du retail.

AMÉRIQUE LATINE

UNE PRÉSENCE COMMERCIALE INTENSIFIÉE

En Amérique latine, Ingenico Group a enregistré une croissance soutenue et fournit désormais des solutions de paiement aux trente premières banques et institutions financières. Cette bonne performance est le résultat d'une politique commerciale active sur cette zone où le Groupe a accéléré le déploiement de solutions de paiement EMV, NFC et d'encaissement mobile mPOS.

Au Brésil, le Groupe affiche des résultats solides et reste le seul acteur à fournir des solutions à tous les acquéreurs du pays. Nous avons notamment contribué au déploiement mobile pour les deux plus grands acquéreurs du pays et avons été récompensés par Cielo, acquéreur de premier plan, pour notre compétitivité et notre

engagement en matière de développement durable. Au-delà de notre activité traditionnelle, nous avons également poursuivi nos efforts de diversification sur de nouveaux verticaux tels que l'éducation et la santé.

Nous avons continué de gagner des parts de marché dans les autres pays de la zone. Au Mexique, Ingenico Group est aujourd'hui un acteur incontournable du marché notamment grâce à ses nouvelles relations commerciales avec Amex, HSBC, Banco Azteca et First Data.

Nous avons également enregistré une forte croissance dans les Caraïbes, au Pérou et en Colombie où nous avons déployé des solutions 3G.



Au Brésil, nous avons accompagné avec succès l'accélération de solutions technologiques innovantes telles que le sans contact NFC ou les solutions d'encaissement mobile mPOS.



ASIE-PACIFIQUE & MOYEN-ORIENT

UN POTENTIEL CONFIRMÉ

En Chine, le Groupe a confirmé sa position de leader auprès des banques et des nouveaux fournisseurs de services de paiement sur un marché en très forte croissance. Landi, notre filiale chinoise, s'appuie sur une gamme étendue de terminaux et services et sur une capillarité commerciale importante à travers le pays. Landi a été le premier fournisseur à obtenir la certification Visa pour sa solution d'encaissement mobile mPOS. En 2014, la Chine représentait un tiers du volume global de nos ventes de terminaux.

Sur l'activité du paiement sur Internet, Global-Collect a connecté son réseau d'acceptance à UnionPay International, permettant ainsi à ses

clients d'accéder aux consommateurs chinois à travers leur site marchand.

Le Groupe a par ailleurs poursuivi son développement commercial à travers l'ensemble de la région. En Indonésie, nous avons confirmé notre position de leader et fournissons désormais des solutions de paiement en magasin aux quatre acquéreurs les plus importants du pays. Notre stratégie de conquête initiée il y a plusieurs années continue de porter ses fruits dans la région, en s'appuyant sur un dispositif important de support local, notamment à Singapour, en Malaisie et au Vietnam.

Enfin, nous avons poursuivi notre développement commercial en Nouvelle-Zélande et au Japon où nous avons finalisé, avec notre partenaire local, l'adaptation de notre offre aux standards de ce marché. Appuyés par le développement et la certification locale de nos applications, ces investissements ont porté leurs fruits avec la signature des premières commandes pour les banques et la grande distribution.



150 clients et partenaires de la région Asie-Pacifique et Moyen-Orient réunis lors d'un événement annuel.



5500
EMPLOYÉS

x 2
EFFECTIFS
EN 5 ANS

88
SITES DANS
LE MONDE

78
NATIONALITÉS

LA COMMUNAUTÉ INGENICO GROUP

L'INDIVIDU AU CŒUR DE LA TRANSFORMATION D'ENTREPRISE

Trente-cinq ans après le début d'une belle histoire et forts d'une culture d'entreprise placée sous le signe de la diversité et de la reconnaissance, nous œuvrons au quotidien à l'émergence d'opportunités individuelles et collectives et à la promotion d'un environnement propice à l'épanouissement de chacun de nos collaborateurs.

NOTRE CAPITAL HUMAIN, PREMIER VECTEUR DE NOTRE RÉUSSITE

5500 salariés, 78 nationalités

En l'espace des cinq dernières années, Ingenico Group a doublé ses effectifs pour soutenir sa croissance. Véritables piliers de nos succès, nos 5500 collaborateurs nous accompagnent chaque jour dans la conduite de notre transformation d'entreprise. Ils transmettent nos valeurs fondamentales à nos clients et à nos partenaires, et notre stratégie d'entreprise s'appuie sur l'engagement et la confiance de chacun d'entre eux.

La diversité des équipes et des compétences

Parce que la diversité est gage de performance, Ingenico Group s'appuie sur ses talents internationaux et locaux pour soutenir ses ambitions de croissance. Nous investissons en continu dans le recrutement de profils de tous horizons et dans le développement des compétences de nos salariés.

Lancée en 2012, Ingenico University a poursuivi son développement en 2014 pour proposer des programmes de formation adaptés et s'assurer que chacun a l'opportunité de concrétiser son potentiel professionnel. Nos programmes ont porté sur la gestion de projets et sur la gestion des performances, et nous avons également piloté un nouveau programme de formation destiné aux managers français. Ce programme sera déployé à grande échelle en 2015.

Notre marque employeur à l'heure du digital

Aujourd'hui, notre communauté est mobilisée autour d'une culture d'innovation forte. Notre politique de Ressources Humaines a donc elle aussi intensifié ses actions en intégrant de nouvelles méthodes de recrutement et de communication.

Au-delà des canaux de communication traditionnels, nous entretenons un dialogue ouvert avec nos salariés par le biais de plateformes de communication collaboratives. Nous avons par exemple choisi le réseau social d'entreprise Connections comme outil d'engagement et de partage des connaissances.

Pour valoriser les succès de nos salariés, recruter nos futurs talents et, de manière plus générale, faire vivre l'expérience Ingenico Group, nous avons également renforcé notre présence RH sur notre site web ainsi que sur les réseaux sociaux tels que LinkedIn et Twitter. En moins d'un an, nous avons doublé le nombre d'abonnés à notre page LinkedIn et augmenté de 55 % le nombre de followers sur @ingenico.



“ J’ai suivi en 2014 la formation destinée aux managers et je réalise que si Ingenico Group évolue si vite, c’est parce que sa culture managériale est aussi un des moteurs de sa transformation. ”

François De Vallée,
Directeur des Opérations France

Retrouvez
d'autres témoignages
de nos employés sur
ingenico.com

NOTRE CULTURE D'ENTREPRISE, MOTEUR DE NOTRE CROISSANCE

L'humain au cœur de nos actions

Notre philosophie est d'accompagner nos collaborateurs dans la réussite de leurs projets professionnels et de leur fournir un environnement de travail harmonieux. Nous nous attachons tout particulièrement à leur proposer des missions à la fois stimulantes et porteuses de réussite.

Employeur responsable, Ingenico Group s'est engagé à faire progresser l'égalité professionnelle hommes femmes au sein de ses effectifs globaux. Le groupe a poursuivi en 2014 la mise en œuvre de son plan d'action volontariste en faveur de cette égalité en France. Initié en 2013, ce plan couvre les questions de recrutement, formation, développement professionnel, rémunération et équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

La communauté
Ingenico Group au
théâtre Mogador à
l'occasion de son grand
rendez-vous annuel
en juin 2014.
Un rendez-vous
exceptionnel au cours
duquel la nouvelle
identité du Groupe a été
dévoilée à l'ensemble
des collaborateurs.

Ingenico Group s'engage également en faveur de l'intégration des personnes en situation de handicap dans ses effectifs. Nous avons multiplié nos actions d'intégration en 2014, notamment aux États-Unis où nous opérons en vertu de la loi relative à la discrimination à l'égard des handicapés (The Disability Discrimination Act).

Nous poursuivons également nos actions en faveur du télétravail. En 2014, 166 salariés relevant majoritairement des fonctions commerciales, marketing et R&D ont recouru au télétravail dans le monde.



La reconnaissance, un principe absolu

Notre politique de gestion des ressources humaines est fondée sur la reconnaissance des performances individuelles et collectives.

Le Groupe s'assure que la contribution de ses collaborateurs aux performances du groupe est reconnue et clairement associée à ses résultats. Nos programmes de rémunération sont équitables, attractifs et concurrentiels.



- Le code d'éthique et de conduite des affaires d'Ingenico Group affirme la détermination du Groupe à fournir et à maintenir un environnement de travail qui protège la dignité de tous, favorise le bien-être et applique le principe de l'égalité professionnelle pour tous.

Ingenico Group

Nos principaux bureaux en région

► SIÈGE SOCIAL DU GROUPE

28-32, boulevard de Grenelle
75015 Paris - France
+33 (0)1 58 01 80 00

► Afrique

3 rue Quadi Iyas Maarif
20370 Casablanca
Maroc
+212 5 22 25 39 40

► Asie-Pacifique et Moyen-Orient

152 Beach Road #12-05/08
Gateway East
Singapore 189721
+65 6345 7022

► Amérique latine

Rua Olimpiadas
134 - 3º and. São Paulo, SP
Cep 04551-000
+55 (11) 2678-2200

► Amérique du Nord

3025 Windward Plaza, Suite 600
Alpharetta, GA 30005
Etats-Unis
+1 (678) 456-1200

► Europe

28-32, boulevard de Grenelle
75015 Paris - France
+33 (0)1 58 01 80 00

Rétrospective 2014 a été réalisé
par la Direction de la Communication
d'Ingenico Group (Catherine Blanchet,
Coba Taillefer, Marina Bermon,
Rami Amdouni). Nous remercions
les personnes qui ont contribué
à la rédaction et à la conception
de ce rapport d'activité.

Crédits photos :
Ingenico Group (Olivier Moritz) /
Gettyimages (John Lamb) /
Photononstop (Henglein and Steets/Cultura,
Lew Robertson/Fancy) /
Shutterstock (Izf, mekCar)

Conception-Réalisation :  communication



EDITION DIGITALE

Retrouvez notre actualité 2014
et nos vidéos sur la version interactive.

ingenico
GROUP

global
leader in
seamless
payment

[ingenico.com](https://www.ingenico.com)

 [@ingenico](https://twitter.com/ingenico)