

L'ÉDITO FRÉDÉRIC AMSLER



“ C'était la rentrée, avec l'enthousiasme de relever de nouveaux défis pour Conecs dans un contexte économique et géopolitique que l'on ne peut ignorer.

Heureusement, la convivialité est dans l'ADN de Conecs et des Titres-Restaurant ! En témoigne la réussite du séminaire de rentrée qui a réuni l'ensemble de nos équipes pendant deux jours. Au programme, un équilibre bien dosé entre team building, échanges et séances de travail sur différents thèmes autour des systèmes d'information (sécurité, architecture, IA...). L'IA est maintenant incontournable et nous allons bien entendu accompagner nos collaborateurs pour qu'ils en acquièrent la maîtrise.

Chez Conecs, l'innovation est une seconde nature. Est-il besoin de rappeler nos nombreuses contributions au service de la modernisation des Titres-Restaurant : construction d'un réseau dédié et souverain, dématérialisation, paiement contact et sans contact, acceptation des paiements mobiles (Apple Pay, Google Pay, ...), commande sur internet ...

Le parcours de paiement est un enjeu important et un sujet d'innovation, notamment pour la grande distribution avec la reconnaissance automatique de la carte Titre-Restaurant et le contrôle de l'éligibilité des produits au paiement par Titres-Restaurant. Ce sujet est à la main des fournisseurs de solution d'acceptation (PSP), comme MarketPay, qui propose désormais, en un seul geste, sans contact, à partir d'une carte physique ou mobile, de détecter automatiquement les cartes Titres-Restaurant Conecs et de payer la part éligible du panier. MarketPay ne se contente plus de proposer à ses clients uniquement l'acceptation des cartes Conecs, mais améliore encore son produit pour le bénéfice de ses clients. Quel meilleur argument de vente ?

Après bientôt quinze ans d'existence, Conecs est devenu un sujet incontournable. Mesdames et Messieurs les PSP et constructeurs, n'hésitez pas à nous solliciter, nous pouvons vous aider et sommes friands de vos innovations !

À bientôt ! Nous aurons l'occasion d'en reparler !

Frédéric Amsler,
Président de Conecs

SOMMAIRE

Chiffres clés	p.1
Comment ça marche	p.2
Le contrôle d'éligibilité et son impact sur le parcours client	
L'Interview	p.4
Interview d'Aude Vicaire CEO chez MarketPay Tech	
L'Actu	p.6
Conecs et ses talents	p.7
La presse en parle	p.8

Directeur de
la publication
Frédéric Amsler

Rédacteur en chef
Arnaud Deschamps

Conception, édition
COM'NOUS

CHIFFRES CLÉS

Secteur des
Hôtels, Cafés et Restaurants

1,5 million de personnes
travaillent dans le
secteur en 2025

1,3 million de salariés et
200 000 indépendants
dont **52 000** auto-entrepreneurs

207 000 entreprises employeuses dont
88% de moins de 10 salariés

76% des salariés
sont employés
en CDI

Le salaire mensuel moyen brut
est de

2 090€



COMMENT ÇA MARCHE ?

Le contrôle d'éligibilité et son impact sur le parcours client

...ou comment Conecs a initié une évolution monétique majeure pour concilier réglementation et fluidité en caisse.



Les explications de notre expert
Nicolas Corbrejaud,
Responsable des Solutions Monétiques de Conecs

Depuis le décret de mars 2014, définissant le fonctionnement des Titres-Restaurant Dématérialisés (TRD), il est possible d'acheter dans les commerces alimentaires des produits préparés, avec ce moyen de paiement. La loi « pouvoir d'achat » de 2022 a élargi temporairement la gamme de produits alimentaires payables par Titres-Restaurant (TR). La grande distribution, en particulier, où produits alimentaires et non alimentaires cohabitent souvent dans un même panier, doit s'assurer du contrôle des produits payés par TR ou TRD. On parle alors de « contrôle d'éligibilité ».

Celui-ci doit être géré par le système d'encaissement qui distingue le montant des produits payables en TR/TRD du montant de ceux payables par un autre moyen de paiement, ainsi que le montant total du panier.

Pour la plupart des enseignes, le client indique en caisse qu'il paie en TRD, ce moyen de paiement est alors sélectionné par l'hôte(sse) de caisse, le système d'encaissement fait les calculs et le client paie les produits éligibles et non éligibles avec les moyens adéquats.

Il n'était pas possible de faire le choix de tout automatiser sans induire un « double-tap » de la carte TRD dans le parcours de paiement. Le « double-tap » simplifie partiellement le passage en caisse et le parcours de paiement du client : pas besoin d'indiquer en caisse le moyen de paiement utilisé, il est reconnu automatiquement, mais le parcours reste imparfait.

Explication !

Les premières solutions imaginées en 2014-2015 induisaient que l'hôte(sse) de caisse valide le panier, générant l'envoi au terminal de paiement (TPE) du montant total du panier (produits éligibles et non éligibles) à payer, puis (cf. schéma) :

Un 1^{er} Tap :

- Le client pose sa carte sans contact sur le TPE,
- Le TPE détecte la carte TRD et envoie l'information à la caisse,
- La caisse calcule le montant à payer en TRD (avec un maximum de 25€) et le renvoie au TPE ;

Un 2nd Tap :

- Le client repose sa carte sans contact sur le TPE,
- Le paiement de la part des produits éligibles au TRD (dans la limite de 25€) est effectué.

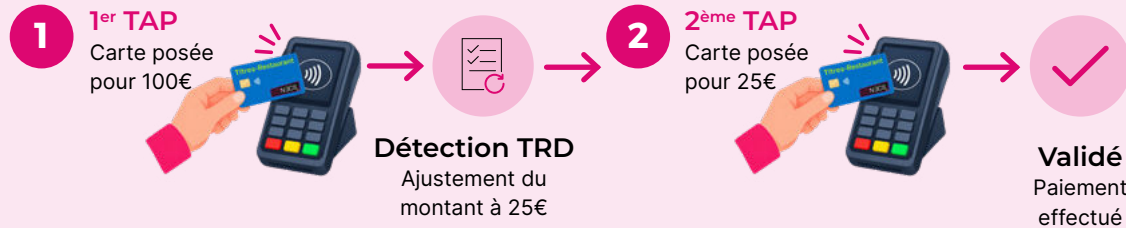




COMMENT ÇA MARCHE ? (suite)

AVANT : le "Double Tap"

Deux gestes en caisse



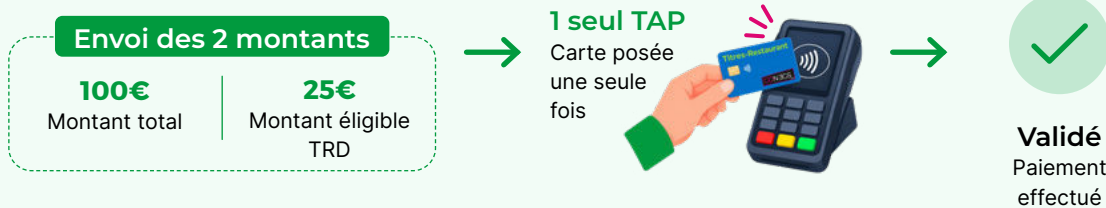
Inconvénient
Ralentit le passage en caisse et désoriente le client

Si ce parcours était particulièrement fonctionnel et sécurisé, il n'était pas idéal pour le client, ce qui explique pourquoi il a très peu été mis en place par les enseignes.

L'évolution des standards monétiques français (portée par FrenchSys) a permis aux équipes CONECS de continuer leur travail d'étude et d'analyse, et de proposer une solution dissociant le montant des produits éligibles (payable en TRD) du montant total du panier dans le flux d'information entre la caisse et le TPE.

Aujourd'hui : le "Single Tap"

Un seul geste fluide



Avantage
Rapidité maximale en caisse et conformité réglementaire

Quand l'hôte(sse) de caisse valide le panier, les deux montants (produits éligibles TRD et panier total) sont envoyés au TPE. Le porteur peut alors présenter sa carte de paiement :

- Si c'est une carte TRD, la carte est automatiquement reconnue et règle le montant payable en TRD (produits éligibles) en un seul geste sans contact (« Single Tap »), puis le solde du panier est réglé avec un autre moyen de paiement ;
- Si c'est une autre carte, c'est le montant total du panier qui est payé.

C'est simple, mais la mise en œuvre d'une évolution si profonde implique obligatoirement l'ensemble de la chaîne monétique : de l'opérateur technique Conecs aux émetteurs, en passant par les prestataires de services de paiement (PSP) et les éditeurs de logiciels de caisse des enseignes.

Des travaux de R&D approfondis menés par Conecs en collaboration avec le PSP MarketPay Tech et les enseignes, ont abouti dès janvier dernier à une étape majeure : la validation en laboratoire de ce parcours de règlement « Single Tap » fonctionnant avec chacun des 4 émetteurs de TRD, clients de Conecs (Edenred, Up Coop, Swile et Pluxee).

Avec le concours des éditeurs de solutions d'encaissement, cette nouvelle solution qui est totalement automatique, optimum pour le client et respecte la réglementation, devrait très prochainement être déployée dans les premières enseignes pour lesquelles le temps de passage en caisse est un enjeu important.





L'INTERVIEW

Aude Vicaire

CEO chez MarketPay Tech

Connect&vous : Bonjour Aude Vicaire, vous êtes CEO chez MarketPay Tech, pouvez-vous nous présenter l'entreprise ?

Aude Vicaire :

MarketPay Tech est la principale entité opérationnelle et technologique de la FinTech MarketPay. Via ses nombreux experts, elle est le bras technologique du groupe. Née il y a 10 ans et à l'origine issue du Retail, MarketPay est l'une des principales plateformes de paiement omnicanal qui accepte aussi bien le paiement In-Store, le Tap to Pay (smartphone qui devient un terminal de paiements) et les paiements Online.

“

En termes de chiffres, nous sommes aujourd'hui

un peu + de 400

collaborateurs en France et en Europe, nous traitons

+ de 3 milliards

de transactions par an ce qui représente

+ de 50 milliards d'€

en valeur et

360 000

terminaux gérés”

C&v : Pouvez-vous nous parler plus en détails de vos produits ainsi que de vos solutions de paiement omnicanales pour le commerce de détail et les marchands en ligne ?

A.V. : Comme je l'ai rapidement évoqué précédemment nous avons une plateforme de paiement omnicanale incluant 3 canaux : in-store, on-line et nous développons



MARKETPAY

aussi le canal de paiement unattended (paiement en libre-service/automate)

Depuis le début de notre activité, nous avons fait le choix de travailler la problématique in-store avec une technologie Android. Ce principe a pour bénéfice de faciliter l'expérience client permettant de développer des applications qui sont non seulement paiement mais aussi business et par conséquent d'augmenter l'offre de valeur.

En ce qui concerne le Tap to Pay (SoftPOS) nous avons une offre Android opérationnelle sur n'importe quel Smartphone et sur tablette acceptant exclusivement les paiements sans contact mais aussi une version développée sur iPhone. Ainsi nous couvrons l'ensemble de l'écosystème Android et iOS.

Et puis, nous avons la solution de paiement on-line omnicanale et sécurisée conçue pour le e-commerce et les enseignes de retail incluant un routage intelligent, une sécurité anti-fraude, un commerce unifié et des API de dernière génération.

C&v : Vous avez récemment accéléré votre développement européen avec l'ouverture de nouveaux marchés, pouvez-vous nous en dire plus ?

A.V. : Depuis quelques années, MarketPay accélère son expansion internationale et nous couvrons aujourd'hui dix pays européens. Historiquement, au-delà de la France, nous étions présents en Espagne, en Italie et en Belgique et plus récemment nous nous sommes développés dans les pays nordiques et la Pologne. Ce sont des pays très dynamiques où le paiement électronique



L'INTERVIEW (suite)

est en très forte expansion avec une véritable appétence pour le digital in store, le scan and pay ainsi que pour les expériences innovantes.

Dans le cadre de nos innovations, nous avons développé une solution appelée le Loyalty Vault en Norvège avec l'enseigne REMA 1000. Celle-ci permet d'identifier le client qui vient faire ses achats via sa carte de paiement et ainsi de rattacher directement ses points cadeaux et remises à son compte fidélité sans passer par une carte physique. Grâce à tout cela MarketPay s'impose aujourd'hui comme une plateforme de paiement omnicanal de référence en Europe.

C&v : Comment s'est mis en place et a évolué votre partenariat professionnel avec Conecs ?

A.V. : En octobre 2024, MarketPay a officialisé l'homologation et l'intégration de Conecs pour ses solutions in-store. Depuis cette date la solution permet d'encaisser les cartes Titres-Restaurant à la fois sur nos terminaux de paiement physiques et via nos solutions SoftPOS sur smartphone Android.

Les commerçants concernés par les Titres-Restaurant Conecs sont très nombreux. C'est donc un élément essentiel pour nous de leur proposer une expérience en caisse adaptée et performante aussi bien pour eux que pour leurs clients. L'enjeu le plus important pour MarketPay est le paiement en magasin car c'est encore sur ce créneau que nous avons l'essentiel du volume à l'heure actuelle.

“

Lors du passage en caisse, chaque seconde perdue c'est du chiffre d'affaires en moins pour le commerçant. Il est donc nécessaire de gagner en rapidité, en fluidité et donc en rentabilité.

”

Les Titres-Restaurant comportent des spécificités notamment la nécessité imposée par la réglementation de ne pouvoir régler que les produits éligibles et ce en particulier dans la grande distribution. Nous avons ainsi adapté notre solution pour qu'elle permette de reconnaître les cartes Titres-Restaurant labellisées Conecs et de payer, le tout en un seul tap (Single Tap) sans contact. Ainsi, les cartes sont reconnues automatiquement et le client n'a plus besoin de préciser à l'hôtesse de caisse qu'il utilise une carte Titre-Restaurant Conecs.

C&v : Vous avez intégré les Titres-Restaurant Conecs et prévoyez de déployer votre solution dans de grandes enseignes avec la fonctionnalité Single Tap, pouvez-vous nous dire quels bénéfices vous (ou les enseignes) en attendez ?

A.V. : L'autre enjeu essentiel pour les commerçants est que leurs clients puissent régler avec leurs moyens de paiement favoris dont fait incontestablement parti la carte Titre-Restaurant Conecs. Notre solution s'adresse, de manière générale, bien entendu aux grands marchands (REMA 1000 en Norvège, Kesko en Finlande) et donc dans le cas présent, aux grands distributeurs en France, mais aussi à un réseau de partenaires qui commercialise nos solutions en marque blanche auprès des petits commerçants. Le dernier go-to-market que nous exploitons concerne les institutions financières (principalement les banques). Nous leur fournissons à elles aussi, nos solutions en marque blanche qu'elles revendent à leur propre réseau de commerçants.

“

En France, nous allons bientôt déployer notre solution incluant l'acceptation Conecs avec la nouvelle fonctionnalité Single Tap.

”

Il faut bien avoir en mémoire que ce sont chaque mois plusieurs centaines de milliers, voire plusieurs millions de paiements par carte Titre-Restaurant Conecs aux caisses de certains grands distributeurs. Je vous laisse imaginer l'impact qu'aura cette véritable amélioration sur le parcours en caisse.

C&v : Un mot pour conclure sur les perspectives avec Conecs ?

A.V. : Actuellement nous sommes sur le point d'implémenter les TRD Conecs on-line, l'objectif étant d'offrir à nos clients une gamme complète de solutions in-store (Android et SoftPOS) et on-line. Pour conclure, je tenais à remercier les équipes monétiques et opérationnelles de Conecs pour leur engagement très professionnel à nos côtés ainsi que pour leur réactivité dans le cadre de la simplification des projets.



L'ACTU

CONGRÈS DE L'UMIH 2026



23-25
NOVEMBRE 2026



KURSAAL
Palais des congrès
Dunkerque



Environ 600
professionnels de l'hôtellerie,
de la restauration, des cafés, bars,
établissements de nuit et traiteurs

AU PROGRAMME

- **Assemblées générales**
des différentes branches professionnelles.
- **Ateliers de travail et sessions d'échanges**
sur les enjeux du secteur.
- **Village partenaire**
ouvert aux acteurs de la région et
de l'écosystème touristique.



Organisé par l'UMIH (Union des
Métiers et des Industries de
l'Hôtellerie), présidée par Thierry Marx

Salon NRF Retail's Big show Europe 2026

Le Paiement au cœur du NRF Retail's Big Show Europe 2026

Le salon s'est tenu du 15 au 17 septembre au Paris Expo Porte de Versailles,
mettant notamment à l'honneur les innovations liées aux systèmes de paiement et au commerce.

Parmi les grandes thématiques évoquées dans le domaine du paiement figuraient :

Paiement unifié et sans couture :

Les solutions visant à fluidifier le parcours client entre les canaux en ligne et en magasin ont occupé une place centrale.

Flexibilité financière et nouveaux standards :

De nombreux acteurs spécialisés ont présenté leurs solutions de paiement étalé (de 3 à 12 fois, voire plus), d'encaissement omnicanal et d'optimisation de l'expérience d'achat.

Sécurité et data :

L'intégration des données de transaction pour renforcer la fidélisation tout en sécurisant les parcours de paiement a fait l'objet de plusieurs conférences et démonstrations d'experts.

NRF '25
RETAIL'S
BIG SHOW
EUROPE



L'ACTU (suite)

Séminaire Conecs 2026



La Rêverie (Loiret)
les 15, 16 et 17 septembre

Conecs a organisé une rentrée placée sous le signe de la **cohésion et de l'inspiration** à travers un séminaire de trois jours.

À cette occasion, l'équipe a eu le plaisir de découvrir **La Rêverie**, la toute dernière maison de The Oasis House, située dans la région d'Orléans. Dans ce cadre à la fois paisible et propice à la réflexion, les échanges ont été particulièrement riches. La dynamique de travail initiée l'année précédente autour de **l'intelligence artificielle** s'est poursuivie de manière soutenue, donnant lieu à des discussions approfondies et stimulantes tout au long du séjour. Des **repas partagés**, des **activités de team building** et des **temps de ressourcement** ont également rythmé ce moment.

L'équipe est ainsi pleinement prête à aborder le deuxième semestre avec énergie et à le conclure sur une belle dynamique !



CONECS ET SES TALENTS

Paul Gruson

→ Lead Tech chez Conecs



Quand rigueur rime avec engagement humain

Après un parcours marqué par le développement web et une expérience d'indépendant, la crise sanitaire a ravivé chez Paul le besoin d'échanger et de construire en équipe. Il rejoint Conecs en 2022 pour être à l'écoute et proposer à nos clients, ainsi qu'aux différents métiers de Conecs, les meilleurs outils et solutions répondant à leurs besoins. Devenu Lead Tech, Paul encadre désormais l'évolution technique de nos applications avec un plaisir renouvelé pour le travail collaboratif.

Un couteau suisse passionné par les défis technologiques et sociétaux

Pour Paul, l'aventure Conecs se caractérise par une ouverture constante aux innovations, à l'image des opportunités offertes par l'intelligence artificielle. Ce dynamisme se prolonge dans sa vie personnelle : développeur bénévole, administrateur d'une structure caritative d'aide aux familles, mais aussi musicien et joueur de handball. Un parcours riche qui reflète toute la diversité des talents qui font la force de Conecs.



LA PRESSE EN PARLE

TENDANCES *restauration*



Tendances Restauration le 22 mai 2026

L'UMIH lance une campagne nationale pour renforcer sa présence terrain

Face à un contexte économique toujours plus tendu pour les professionnels de l'hôtellerie-restauration, l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (Umih) déploie une nouvelle campagne nationale de syndicalisation. L'objectif affiché est de rappeler le rôle concret de l'organisation auprès des entreprises du secteur et renforcer son ancrage sur le terrain. Hausse des charges, difficultés de recrutement, multiplication des contraintes réglementaires ou pression économique : les exploitants du secteur HCR doivent composer avec des enjeux toujours plus complexes. Dans ce contexte, l'Umih souhaite recentrer son discours sur l'accompagnement quotidien proposé à ses adhérents, qu'il soit juridique, social, économique ou réglementaire.

Déclinée localement, cette campagne a été pensée comme un outil destiné aux représentants territoriaux de l'organisation afin d'aller directement à la rencontre des professionnels. L'Umih fait également le choix d'une communication axée sur des témoignages d'adhérents et des situations concrètes, loin d'un discours institutionnel classique. À travers cette initiative, l'organisation présidée par Thierry Marx entend utiliser la force du collectif pour constituer un levier d'accompagnement et de soutien. Un message résumé par sa nouvelle signature : « L'Umih fait la force ».

BUSINESS **Times.**

Times Business le 13 octobre 2026

Titres-Restaurant en supermarché : le vote des députés

L'Assemblée nationale a voté, le 12 octobre, un texte visant à pérenniser les Titres-Restaurant en supermarché. Les députés ont écarté un plafond distinct pour les courses alimentaires. La proposition doit encore poursuivre son parcours parlementaire : les règles actuelles restent applicables.

Les Titres-Restaurant en supermarché ont franchi une nouvelle étape à l'Assemblée nationale. Les députés ont adopté en première lecture la proposition de loi portée par Christophe Naegelen, qui vise à moderniser le dispositif. Le dossier législatif de l'Assemblée confirme ce vote du lundi 12 octobre 2026. Il ne constitue toutefois pas une adoption définitive.

Selon le compte rendu de l'AFP, le texte prévoit une prolongation de l'usage élargi en 2027, puis sa pérennisation à partir de 2028. L'objectif est de sortir des reconductions temporaires. Pour les salariés, il s'agit de conserver la possibilité de financer des ingrédients à cuisiner. Pour les restaurateurs, le débat porte sur la destination de cette dépense.

Titres-Restaurant en supermarché : ce qui reste autorisé

Aujourd'hui, l'achat de produits alimentaires non directement consommables bénéficie déjà d'une dérogation valable jusqu'au 31 décembre 2026. Les pâtes, le riz ou la farine entrent notamment dans ce périmètre. Le vote du 12 octobre ne crée donc pas une nouvelle possibilité utilisable dès le lendemain.

Il faut aussi distinguer l'accès aux supermarchés et la liste des produits autorisés. Ces magasins acceptaient des Titres-Restaurant avant l'élargissement, pour certaines denrées. La réforme concerne surtout le maintien des achats d'aliments nécessitant une préparation.



Les règles d'utilisation rappelées par Service Public conservent un plafond de 25 euros par jour. Ce montant concerne l'ensemble des dépenses de la journée, et non chaque passage en caisse. L'utilisation le dimanche et les jours fériés reste encadrée par l'exception liée au travail ces jours-là. Un commerçant peut, par ailleurs, refuser ce moyen de paiement.

Le double plafond écarté, les restaurateurs contestent

Les députés n'ont pas retenu les amendements qui auraient différencié le plafond selon le lieu d'achat. Les restaurateurs demandaient un traitement plus favorable pour les repas consommés dans leurs établissements que pour les courses alimentaires.

Dans son communiqué publié après le vote, l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie dénonce ce choix. « Ce vote est un signal désastreux envoyé à toute une profession », déclare son président confédéral Thierry Marx. L'organisation demande aux sénateurs de réintroduire une différence entre les deux usages.

Cette décision prolonge le débat que Business Times avait détaillé après le rejet d'un plafond de 15 euros en commission. Les montants proposés pendant les discussions ne doivent donc pas être confondus avec une nouvelle limite applicable aux cartes.

À l'inverse, ce que Choisir Ensemble avait demandé, le 9 octobre, de rendre durable l'achat de produits frais et non transformés. L'association défend la liberté des bénéficiaires d'utiliser leurs titres pour préparer leurs repas. Les deux positions répondent à des intérêts différents : préserver la clientèle des restaurants ou donner davantage de souplesse au budget alimentaire des salariés.

Une dépense disponible, mais pas une hausse de revenu

Pour un bénéficiaire, la pérennisation ne ferait pas augmenter automatiquement le solde de sa carte. Elle stabiliserait les usages possibles de sommes déjà financées par lui-même et son employeur. L'avantage porte donc sur la possibilité d'affecter ce budget à des repas préparés chez soi.

Pour les restaurateurs, limiter les dépenses en grande surface pourrait orienter une partie des achats vers leurs tables. Mais ce transfert n'aurait rien d'automatique. Un salarié pourrait aussi compléter ses courses avec un autre moyen de paiement ou différer l'utilisation de ses titres.

L'enjeu commercial dépend ainsi du prix des repas, de la fréquentation du midi et de l'offre locale. Ces paramètres comptent également dans le modèle économique d'un restaurant, au-delà des classements nationaux. Le vote ne permet pas, à lui seul, de chiffrer un gain pour les supermarchés ou une perte pour chaque établissement.

Le Sénat doit encore examiner la proposition

La réforme des Titres-Restaurant en supermarché doit désormais passer au Sénat. Le gouvernement a engagé la procédure accélérée, mais celle-ci ne dispense ni du travail parlementaire restant ni de la promulgation d'une loi.

Pour les entreprises qui préparent leur communication aux salariés, la distinction est immédiate : le plafond quotidien reste de 25 euros et la dérogation actuelle court jusqu'à fin 2026. La continuité en 2027, puis le régime durable envisagé pour 2028, dépendent encore de l'issue du parcours législatif.