

MARCHANDS

Stratégie multi-PSP : quand un second prestataire de paiement vaut l'effort

Publié le 24 septembre 2026

Travailler avec plusieurs prestataires de paiement protège des pannes et des fermetures de compte et peut améliorer les taux d'acceptation, au prix d'un travail d'intégration et de suivi. Comment décider, et comment le faire honnêtement.

La plupart des entreprises commencent avec un seul prestataire de paiement et y restent jusqu'à ce que quelque chose tourne mal. Une panne un jour de forte activité, une réserve imposée sans préavis ou un réexamen de compte qui gèle les règlements pendant une semaine, voilà en général ce qui lance la recherche d'un second. Mieux vaut décider avant ce jour-là si un second prestataire en vaut la peine.

Ce qu'apporte un second prestataire

- **La continuité.** Si un prestataire est en panne, ou suspend le compte, les ventes continuent par l'autre.
- **De meilleurs taux d'acceptation.** Les émetteurs ne traitent pas tous les acquéreurs de la même façon. Une carte refusée par une voie est parfois acceptée par une autre, et l'acquisition locale dans le pays du client accepte généralement plus que l'acquisition transfrontalière.
- **La couverture.** Aucun prestataire n'offre toutes les devises, tous les pays et tous les moyens de paiement. Deux peuvent couvrir ce qu'un seul ne peut pas.
- **Une position de négociation.** Les conditions s'améliorent quand le prestataire sait que le volume pourrait partir.
- **De la marge pour grandir.** Les plafonds mensuels d'un seul compte cessent d'être le plafond de l'entreprise.

Ce que cela coûte

- **L'intégration.** Deux chantiers techniques, ou une couche d'orchestration entre le checkout et les prestataires, qui a ses propres frais.

- **Le rapprochement.** Deux fichiers de règlement, deux grilles de frais, deux processus de contestation.
- **La conformité.** Chaque prestataire a sa propre entrée en relation, ses propres réexamens et ses propres questions quand quelque chose change.
- **Un volume dilué.** Les paliers tarifaires et l'historique qui vaut de meilleures conditions reposent tous deux sur le volume, et le partager ralentit l'un et l'autre.
- **De l'attention.** Les taux de chargebacks doivent être surveillés séparément sur chaque compte.

Quand cela en vaut la peine

Un second prestataire justifie son coût lorsqu'au moins une de ces conditions est vraie :

1. Une journée sans paiement par carte causerait un tort sérieux.
2. Une part significative des clients se trouve dans des pays où le prestataire actuel est étranger.
3. L'entreprise relève d'une catégorie où les réexamens et les fermetures de compte sont un aléa normal.
4. Le volume a dépassé les plafonds ou l'appétit d'un seul prestataire.
5. Les taux d'acceptation sont nettement inférieurs à ceux qu'annoncent les autres acteurs du secteur.

Pour une petite entreprise qui vend dans un seul pays dans une catégorie à faible risque, un bon prestataire et un plan de secours testé suffisent généralement.

Bien le faire

- **Informez chaque prestataire de l'existence de l'autre.** Les analystes demandent quelle part de l'activité ils voient. Une réponse sincère n'a rien de remarquable. Un second compte dissimulé puis découvert, si.
- **Routez pour une raison.** Par pays, devise, type de carte ou coût. Des règles qui s'expliquent sont des règles avec lesquelles un prestataire est à l'aise.
- **Gardez les deux comptes actifs.** Un compte de secours qui n'a rien traité depuis des mois peut être fermé pour inactivité, ou tomber en défaut le jour où l'on en a besoin.
- **Gardez les données de carte des clients portables.** Si un prestataire stocke les cartes sous une forme que lui seul peut utiliser, déplacer du volume revient à demander à chaque client de les ressaisir.
- **Donnez à chaque compte son propre libellé et son propre suivi.** Les contestations sont comptées par compte.

La limite à ne pas franchir

Il existe une pratique qui ressemble à une stratégie multi-prestataires et n'en est pas une : répartir le volume entre plusieurs comptes pour que le taux de chargebacks de chacun reste sous les seuils des réseaux de cartes. Les réseaux appellent cela le load balancing, le traitent comme un contournement et agissent contre le marchand et les acquéreurs lorsqu'ils le découvrent.

Le test est simple. Une règle de routage qui envoie les cartes françaises à un acquéreur français relève de la stratégie. Une règle qui retire du volume d'un compte parce que ses contestations augmentent relève de la dissimulation. Ce sont les contestations qu'il faut traiter.

Avant d'ajouter un prestataire

Une plateforme d'orchestration peut router un paiement n'importe où, mais seulement vers des prestataires qui ont déjà accepté l'activité. La partie lente d'un dispositif multi-prestataires n'est pas la technologie. C'est de trouver un deuxième et un troisième prestataire dont l'entreprise remplit les critères et de passer leur analyse des risques.

Commencez donc par là. Déterminez quels prestataires acceptent votre secteur, vos pays et vos volumes avant de concevoir le routage, et postulez auprès de ceux-là. L'intégration peut attendre une approbation. L'ordre inverse produit un moteur de routage sans destination pour le trafic.

Lire en ligne : <https://payments-marketplace.com/fr-FR/insights/multi-psp-strategy/>

Payments Marketplace Ltd

Registered in England & Wales No. 17424288

Garden Ctg, Dereham Road, Dereham, Norfolk, NR19 2PW, UK

connect@payments-marketplace.com · +44 1366 727140