L'AVENIR DES MOYENS DE PAIEMENT EN FRANCE

Georges Pauget
Emmanuel Constans

Rapporteur :
Jean-Marc Lherm

MARS 2012

SOMMAIRE 3

INTRODUCTION 9

SYNTHÈSE 13

CHIFFRES CLÉS 19

1. PANORAMA DE L'UTILISATION DES MOYENS DE PAIEMENT : DES ÉVOLUTIONS QUI S'ACCÉLÈRENT 23

1.1. UNE PLACE DES ESPÈCES TRADITIONNELLEMENT PLUS FAIBLE EN FRANCE QUE DANS D'AUTRES PAYS EUROPÉENS 26

1.2. UNE RÉPARTITION ORIGINALE DES MOYENS SCRIPTURAUX LES PLUS UTILISÉS PRIVILÉGIANT LE CHÈQUE ET LA CARTE BANCAIRE 29

1.2.1. Une utilisation du chèque massive bien qu'en diminution rapide 30

1.2.2. Le succès des prélèvements automatiques 32

1.2.3. Le Titre interbancaire de paiement (TIP) est demeuré un produit de niche 33

1.2.4. Le virement reste stable sur longue période 33

1.2.5. Bien que leur point de départ soit encore relativement peu élevé, les nouveaux moyens de paiement électroniques connaissent une croissance forte 34

1.2.6. La diffusion massive des cartes bancaires constitue une caractéristique essentielle du marché français des moyens de paiement 34

1.2.7. Une segmentation des moyens de paiement en fonction des montants des transactions 35

1.2.8. Répartition des transactions par moyen de paiement 37

2. LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS, DES COMMERÇANTS ET DES AUTORITÉS PUBLIQUES 41

2.1. POUR LES CONSOMMATEURS 43

2.1.1. La priorité est à la facilité d'usage 43

2.1.2. La sécurité est une condition essentielle au développement de nouveaux moyens de paiement 46

2.1.3. La gratuité est souvent considérée comme allant de soi 48

2.1.4. Les moyens de paiement ne rencontrent le succès que si leur caractère universel est établi 49

2.2. POUR LES COMMERÇANTS 50

2.2.1. La sécurité et la garantie des paiements sont les attentes essentielles 50

2.2.2. Le coût du paiement n'est pas toujours clairement évalué : seule la partie tarifée l'est 53

2.2.3. Les services associés à l'encaissement sont appréciés 55

2.3. POUR LES AUTORITÉS PUBLIQUES 56

2.3.1. L'objectif premier des autorités est d'assurer la sécurité des solutions de paiement et la confiance 56

2.3.2. La transparence des opérations et des intervenants est nécessaire afin d'éviter le déplacement du marché vers des systèmes opaques opérés par des structures mal contrôlées 57

2.3.3. La concurrence doit être encadrée pour permettre un développement des opérations dans un cadre favorable aux consommateurs tout en permettant la rémunération des intervenants 57

3. LES FRAGILITÉS DU MODÈLE ÉCONOMIQUE BANCAIRE DES PAIEMENTS 59

3.1. LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DES BANQUES EST EN COURS DE CHANGEMENT RAPIDE ET LA RENTABILITÉ DE LA GESTION EN ASSURE L'ÉQUILIBRE 61

3.1.1. Deux moyens de paiement représentent la principale source de coûts pour le système bancaire 61

3.1.2. Deux autres moyens de paiement sont des sources de revenus mais sont appelés à voir leurs marges se réduire 64

3.1.3. L'équilibre est pour le moment assuré par la tenue des comptes courants de la clientèle 66

3.2. CET ÉQUILIBRE EST CEPENDANT MENACÉ 69

3.2.1. Les évolutions réglementaires le fragilisent 69

3.2.2. Les évolutions technologiques remettent aussi en cause les équilibres existants et favorisent les nouveaux entrants 78

3.3. L'IMPACT DE CES CHANGEMENTS N'EST PAS LIMITÉ AUX SEULS ÉTABLISSEMENTS DE CRÉDIT 86

4. POUR UNE STRATÉGIE DES MOYENS DE PAIEMENT EN FRANCE : 20 PROPOSITIONS 91

4.1. FACILITER LES PAIEMENTS SÉCURISÉS EN LIGNE 94

4.1.1. Faciliter systématiquement l'utilisation du virement bancaire en ligne pour les consommateurs 94

4.1.2. Développer en France, en liaison avec les facturiers, la possibilité pour les utilisateurs d'Internet de payer des factures directement par Internet 94

4.1.3. Garantir une sécurité maximale des paiements par Internet en généralisant l'utilisation du dispositif 3D SECURE 95

4.1.4. Faciliter les transferts de fonds par Internet 95

4.1.5. Promouvoir, en tant qu'initiative de place, le projet soutenu par la Fédération bancaire française de mettre en place dès 2012 un dispositif interbancaire de paiement par Internet 96

4.2. DÉVELOPPER DES MOYENS DE PAIEMENT EN FACE À FACE MODERNES, NOTAMMENT PAR CARTE 96

4.2.1. Développer les paiements par carte de petits montants, notamment dans le commerce de proximité 96

4.2.2. Développer les paiements sans contact 97

4.3. ACCÉLÉRER ET ACCOMPAGNER LA RÉDUCTION DU RÔLE DU CHÈQUE 98

4.3.1. Fixer au plan national pour 2017 un objectif intermédiaire de réduction de moitié en cinq ans du nombre de chèques émis en France 98

4.3.2. Partir de l'étude du CCSF sur l'utilisation du chèque et mettre en place un accompagnement approprié de chacune des catégories professionnelles et de chacun des groupes sociaux concernés 99

4.3.3. Afin de faciliter cette évolution, maintenir, à titre transitoire et au moins jusqu'en 2016, le titre interbancaire de paiement (TIP) 99

4.3.4. Garantir l'avenir des prélèvements automatiques dans le cadre du passage au débit direct SEPA (SDD) 99

4.3.5. Dématérialiser divers dispositifs de chèque 100

4.4. ENCOURAGER DES MODÈLES ÉCONOMIQUES PERFORMANTS, OUVERTS ET CONCURRENTIELS 100

4.4.1. Créer les conditions pour investir à long terme 100

4.4.2. Promouvoir l'innovation 101

4.4.3. Développer de nouveaux services associés aux paiements 102

4.4.4. Défendre les avantages de l'interbancarité 102

4.4.5. Encadrer la « surfacturation » (*surcharging*) 103

4.5. MOBILISER LA SPHÈRE PUBLIQUE 104

4.5.1. Accélérer fortement les efforts d'équipement des administrations locales et des établissements publics en terminaux de paiement électronique pour l'acceptation des cartes bancaires 105

4.5.2. Encourager les paiements en ligne au sein de l'administration 105

4.6. DÉFINIR ET RÉALISER UNE AMBITION NATIONALE 105

ANNEXES 107

LISTE DES ANNEXES 109

Annexe 1 111

Annexe 2 115

Annexe 3 123

Annexe 4 129

Annexe 5 137

INTRODUCTION

INTRODUCTION

Une nouvelle révolution des moyens de paiement est en marche. Celle des paiements par Internet, par téléphone mobile, des paiements sans contact, de la mort annoncée du chèque, celle des nouveaux entrants non bancaires, celle de l'Europe du SEPA, celle des affrontements entre les autorités publiques de la concurrence et les banques.

Cette révolution succède à la précédente marquée par l'essor inouï, et toujours en cours, de la carte, moyen de paiement préféré des Français et d'une partie des habitants du monde. Depuis lors, les espèces et le chèque ont perdu leur rôle dominant mais les consommateurs leur restent souvent attachés en raison de leur gratuité apparente.

Innovations technologiques, nouveaux contextes réglementaires et nouveaux cadres concurrentiels, recherche de nouveaux modèles économiques, formidable poussée de l'Internet au niveau mondial, tout concourt à passer ainsi d'un monde à l'autre.

Pour les banques, le choc est rude et elles s'interrogent. Comment préparer l'avenir ? Les moyens de paiement sont au cœur des métiers de la banque. Ils sont déterminants dans la construction et le développement d'une relation de qualité avec leurs clients. Leur tarification, en particulier les cotisations de carte de paiement, apportent la plus grosse part des recettes de la banque de détail avec leurs clients. Au-delà de la banque de détail, les mêmes techniques et les mêmes outils, liés aux paiements, sont utilisés pour apporter les services de « cash management » aux entreprises. Les cartes sont aussi le support utilisé par les sociétés de crédit à la consommation, souvent filiales de grands groupes bancaires. Les moyens de paiement jouent également un rôle clé dans la collecte des dépôts, essentielle au regard des ratios de liquidité de Bâle III.

Bref, la qualité et la compétitivité des moyens de paiement impactent une large part de l'activité bancaire. Or, les transformations qui affectent les moyens de paiement sont nombreuses et lourdes de conséquences au point que l'on peut imaginer que le paysage de cette activité aura profondément changé à un horizon de 5 à 7 ans.

C'est dans ces conditions que le ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie a confié aux auteurs du présent rapport une mission devant notamment remplir les trois objectifs suivants :

- faire un état des lieux de l'usage des moyens de paiement en France aujourd'hui,
- analyser les changements, positifs et négatifs, qui vont affecter les moyens de paiement dans les années qui viennent et identifier les différents facteurs de risque qu'il faut anticiper,
- identifier les évolutions nécessaires des moyens de paiement existants et les innovations qui permettraient d'en créer de nouveaux afin de mieux satisfaire les besoins des consommateurs et des entreprises tout en améliorant la sécurité et en réduisant les coûts pour l'ensemble des parties prenantes de manière équitable.

Les auteurs du présent rapport remercient toutes les personnes auditionnées pour leur aide précieuse. Ils remercient également de leur concours la Banque de France, la Direction générale du Trésor du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, ainsi que le Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF) dont ils se sont inspirés des travaux en la matière et qui a bien voulu mettre un rapporteur à leur disposition.

SYNTHÈSE

SYNTHÈSE

La situation des moyens de paiement en France présente trois caractéristiques majeures par rapport aux autres pays européens : la faible proportion des transactions en espèces (estimées à 55 % de l'ensemble du nombre d'opérations au lieu de 75 % en Allemagne), la très forte utilisation de la carte bancaire (43 % des transactions hors espèces) et le recours toujours très important aux chèques (18 % des transactions hors espèces).

Les évolutions, les attentes et la remise en cause du modèle économique bancaire des paiements

Les évolutions qui caractérisent les moyens de paiement s'accélèrent : une utilisation du chèque en diminution rapide, le succès des prélèvements automatiques, une forte croissance des nouveaux moyens de paiement électroniques et une progression ininterrompue de la diffusion des cartes bancaires.

Les attentes des consommateurs, des commerçants et des pouvoirs publics en matière de moyens de paiement sont multiples et parfois contradictoires. La facilité d'usage semble être un élément clé souligné par tous les acteurs interrogés. La sécurité est également une demande essentielle pour tous. Pour autant, sécurité et simplicité ne vont pas toujours de pair. La difficulté est de trouver des modèles d'utilisation pratiques permettant d'allier les deux.

Cette sécurité et cette simplicité ont aussi un coût pas toujours facile à isoler ni à imputer. En effet, le prix du service de paiement est un enjeu fort pour les parties prenantes, sa modicité voire sa gratuité allant souvent de soi pour les consommateurs, tandis que les commerçants souhaitent quant à eux maximiser leurs ventes tout en ne supportant pas un coût trop élevé de la transaction de la part du système bancaire.

Pour les banques, l'équilibre actuel du financement des moyens de paiement mis à la disposition de la clientèle repose sur un système de péréquation complexe et peu transparent entre les différents moyens de paiement et avec les produits générés par la gestion des comptes courants de la clientèle.

Ainsi, la délivrance d'espèces, notamment au travers des distributeurs automatiques, demeure une charge importante pour le système bancaire (2,6 milliards d'euros) de même que la mise à disposition et l'utilisation gratuite des chèques (2,5 milliards d'euros). Si les cartes bancaires et l'ensemble des virements et prélèvements sont des sources de revenus pour le système bancaire (respectivement 2,6 et 0,7 milliards d'euros) les marges des banques en la matière sont appelées à se réduire et les grandes banques à réseaux paraissent particulièrement sensibles à cette évolution qui s'accélère.

En effet, le modèle continental de banque universelle à réseau tel qu'il existe en Europe et singulièrement en France est largement fondé sur les interactions entre les lignes de métiers qui constituent l'activité fondamentale d'une banque : la collecte de dépôts, le crédit et la gestion de moyens de paiement. Aussi, tout changement impactant l'un des éléments modifie l'équilibre global.

Or cet équilibre est menacé. En cas de réduction des produits générés par les moyens de paiement, le modèle économique ne pourra retrouver son équilibre qu'avec une réduction des coûts, notamment ceux liés aux chèques et à la circulation fiduciaire. En outre les évolutions en cours de la réglementation prudentielle en matière de liquidité pèseront également sur les revenus liés aux dépôts bancaires.

Le système bancaire doit également s'adapter aux changements d'architecture des circuits avec l'entrée en vigueur du SEPA qui réduit les marges sur les virements et les prélèvements, ces derniers passant au système du débit direct (SDD). De plus, les nouveaux établissements de paiement entrent en concurrence avec certaines activités des établissements de crédit.

Les autorités de la concurrence au niveau européen et au plan national souhaitent, en outre, créer les conditions d'une concurrence accrue dans le secteur des moyens de paiement en réduisant le niveau des commissions interbancaires, ce qui remet en cause le modèle français d'interbancarité et fragilise une industrie qui ne peut fonctionner que sur de très importants volumes de transaction.

Les évolutions technologiques remettent aussi en cause certains équilibres et favorisent de nouveaux entrants, issus du monde des technologies. Ces technologies numériques, sans contact ou de reconnaissance des porteurs permettent d'intégrer des

fonctions de paiement aux ordinateurs et téléphones intelligents et de modifier ou de remplacer l'utilisation des cartes bancaires.

La gestion et la mise à disposition de moyens de paiement sont désormais à la portée d'acteurs d'origine non bancaire. Le montant des investissements n'est en rien une barrière à l'entrée pour des acteurs disposant de ressources financières très importantes, plus importante bien souvent que celles dont disposent des groupes bancaires.

Les projets de « wallet » qui se développent en sont l'illustration et peuvent proposer des solutions de paiement aux consommateurs s'affranchissant au moins pour partie des circuits bancaires. Toutefois, la protection des données personnelles demeure une obligation légale pour tous les acteurs et un enjeu majeur pour la confiance.

Une stratégie des moyens de paiement en 20 propositions

Face aux bouleversements en cours du modèle économique assurant la mise disposition et le fonctionnement des moyens de paiement en France, 20 propositions sont présentées pour répondre aux objectifs prioritaires suivants :

* ***Faciliter les paiements sécurisés en ligne :***

- Faciliter systématiquement l'utilisation du virement bancaire en ligne pour les consommateurs
- Développer en France, en liaison avec les facturiers, la possibilité pour les utilisateurs d'Internet de payer des factures directement par Internet
- Garantir une sécurité maximale des paiements par Internet en généralisant l'utilisation du dispositif 3D SECURE
- Faciliter les transferts de fonds par Internet
- Promouvoir, en tant qu'initiative de place, le projet soutenu par la Fédération bancaire française de mettre en place dès 2012 un dispositif interbancaire de paiement par Internet

* ***Développer des moyens de paiement en face à face modernes, notamment par carte***

- Développer les paiements par carte de petits montants, notamment dans le commerce de proximité
- Développer les paiements sans contact

* ***Accélérer et accompagner la réduction du rôle du chèque***

- Fixer au plan national pour 2017 un objectif intermédiaire de réduction de moitié en cinq ans du nombre de chèques émis en France.
- Partir de l'étude du CCSF sur l'utilisation du chèque et mettre en place un accompagnement approprié de chacune des catégories professionnelles et de chacun des groupes sociaux concernés
- Afin de faciliter cette évolution, maintenir, à titre transitoire et au moins jusqu'en 2016, le titre interbancaire de paiement (TIP)
- Garantir l'avenir des prélèvements automatiques
- Dématérialiser divers dispositifs de chèque

* ***Encourager des modèles économiques performants, ouverts et concurrentiels***

- Créer les conditions pour investir à long terme
- Accroître l'innovation
- Développer de nouveaux services associés aux paiements
- Défendre les avantages de l'interbancarité
- Encadrer la « surfacturation » (*surcharging*)

* ***Mobiliser la sphère publique***

- Accélérer fortement les efforts d'équipement des administrations locales et des établissements publics en terminaux de paiement électronique pour l'acceptation des cartes bancaires
- Encourager les paiements en ligne au sein de l'administration

* ***Définir et réaliser une ambition nationale***

Il est proposé un projet intitulé « Paiements 2016 » et préparé avec toutes les parties prenantes, qui pourrait être lancé dès l'automne 2012.

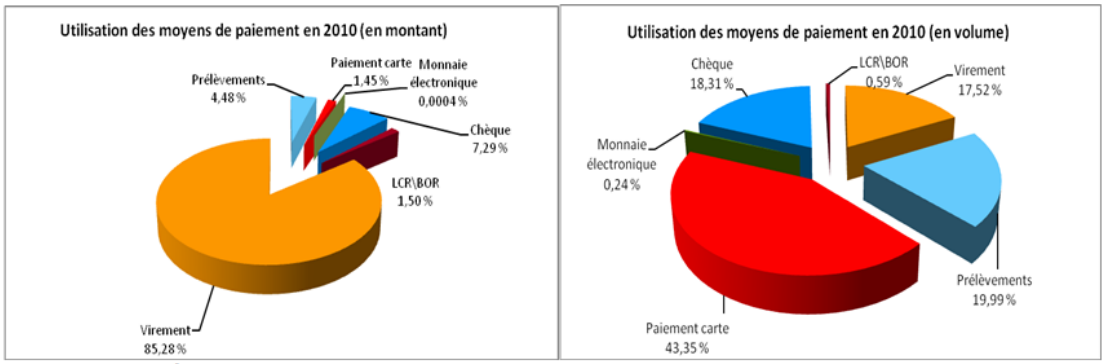
CHIFFRES CLÉS
SUR LES MOYENS DE PAIEMENT EN FRANCE

CHIFFRES CLÉS SUR LES MOYENS DE PAIEMENT EN FRANCE

Valeurs des paiements en 2010 : 25 000 milliards d'euros

Nombre de transactions en 2010 : 17 milliards

Parts de marché des paiements :



Source : Banque de France SEPI

- **Marché des paiements pour le secteur bancaire : 22 milliards d'euros dont la moitié liée à la gestion des comptes courants**

  Résultat net : 4,3 milliards d'euros

  Résultat net hors gestion des comptes : - 1,6 milliard d'euros

- **La carte bancaire**

  Nombre de cartes émises : 101 millions fin 2010
  Dont :

  62 millions de cartes de type interbancaire
  14 millions de cartes de retrait bancaire
  25 millions de cartes privatives

  Produit net cartes : 2,6 milliards d'euros

- **Le chèque**

  3122 millions de chèques pour 1828 milliards avec une moyenne de 555 euros

  Charge nette chèques : 2,5 milliards d'euros

- **Les espèces : charge nette 2,6 milliards d'euros**

- **Les virements et prélèvements : produit net : 0,7 milliard d'euros**

1. PANORAMA DE L'UTILISATION DES MOYENS DE PAIEMENT : DES ÉVOLUTIONS QUI S'ACCÉLÈRENT

Le paysage français des moyens de paiement est en constante évolution et celle-ci semble aller en s'accélérant. Le chèque et les espèces, qui étaient les seuls moyens de paiement de masse dans les années 1970, ont vu leur part décroître sensiblement au cours des années 1980 et 1990, parallèlement à l'accroissement de la diffusion des cartes bancaires et à la montée en puissance des prélèvements et des virements.

Les cartes, essentiellement utilisées à l'origine pour retirer des espèces dans les distributeurs automatiques de billets, ont vu leur utilisation s'intensifier au fur et à mesure du développement du parc des commerçants acceptant ce moyen de paiement. La progression du recours à la carte s'est accélérée à partir de 1984 avec la mise en place de l'interbancarité, qui paraît aujourd'hui « naturelle » aux consommateurs mais qui est pourtant récente et spécifique à la France, ce dont la plupart des utilisateurs n'ont pas conscience.

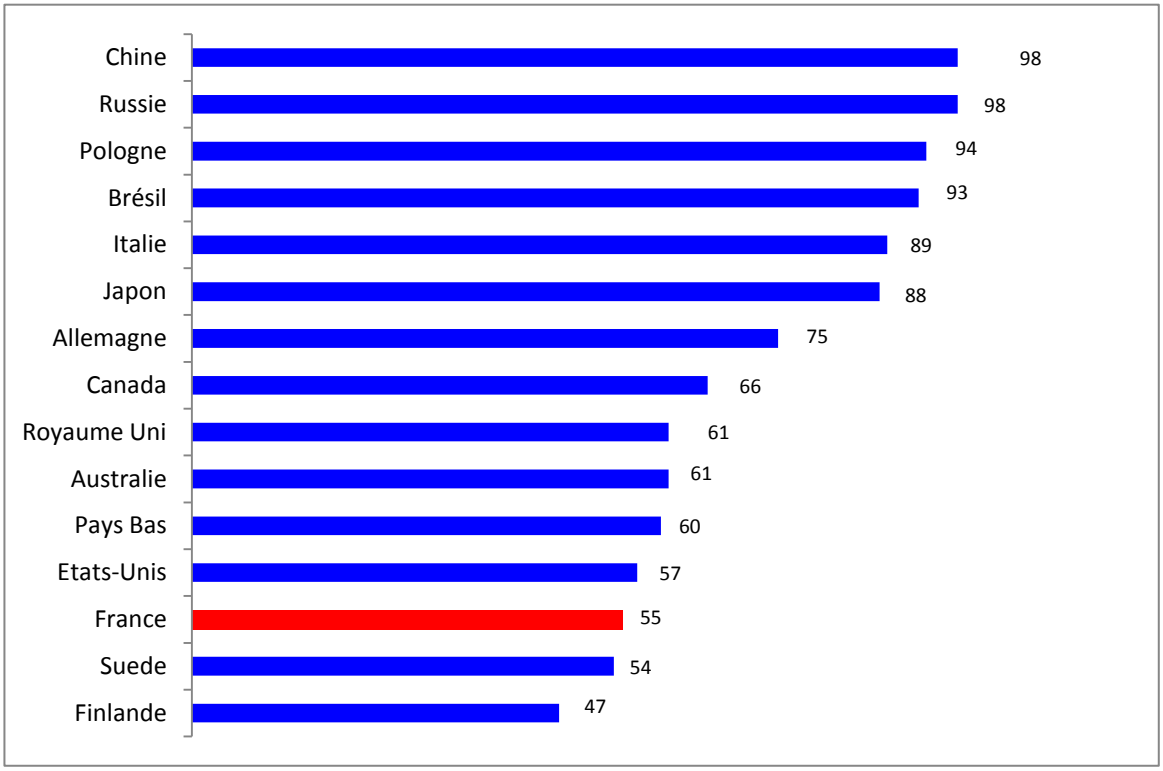
Un nouveau seuil dans le développement de l'utilisation des cartes a été franchi avec la diffusion depuis une dizaine d'années des cartes à autorisation systématique qui ont permis d'élargir la clientèle éligible à ce moyen de paiement. Sous leurs différentes formes (à débit immédiat ou différé, à autorisation systématique ou non, haut de gamme ou standard) les cartes de paiement équipent aujourd'hui 90 % de la population française.

Par ailleurs, le développement au cours des années 1990, à l'initiative de l'administration fiscale et des grands facturiers (EdF, télécom, etc…), des prélèvements automatiques et des Titres interbancaires de paiement (TIP), créés en 1988, ont également contribué à dessiner un paysage français des moyens de paiement original par rapport aux autres pays européens.

1.1. UNE PLACE DES ESPÈCES TRADITIONNELLEMENT PLUS FAIBLE EN FRANCE QUE DANS D'AUTRES PAYS EUROPÉENS

La proportion des transactions faites en espèces est faible en France bien que difficilement quantifiable avec précision en raison du nombre très élevé des opérations et de l'absence de moyen fiable de comptabilisation. On estime à 55 % le nombre des transactions payées en espèces[1] en France contre 89 % en Italie, 75 % en Allemagne et environ 60 % au Royaume-Uni. Seuls des pays nordiques comme la Suède et la Finlande ont des taux inférieurs.

2007 Part des espèces dans le total des transactions (en nombre)



The McKinsey Global Payments Map Avril 2009

[1] *Source The McKinsey Global Payments Map Avril 2009*
http://www.mckinsey.com/clientservice/Financial_Services/Knowledge_Highlights/Recent_Reports/~/media/Reports/Financial_Services/Global_Perspective_on_Payments1.ashx

Pour autant, les espèces représentent moins de 5 % du montant total des transactions en valeur selon des estimations convergentes. En effet, en France, l'utilisation de la monnaie fiduciaire est d'autant plus forte que le montant de l'achat est faible, les français préférant d'autres moyens de paiement dès que la somme à régler croît. Un sondage récent mené par l'IFOP[2] indiquait que le seuil psychologie au-delà duquel les français commencent à choisir systématiquement un autre moyen de paiement est de 15 euros. Cet ordre de grandeur a été confirmé lors des auditions, notamment par les représentants du grand commerce qui constatent le même phénomène dans leurs magasins où souvent les paiements en espèces représentent le tiers des encaissements mais moins de 15 % du chiffre d'affaires.

Par ailleurs, par rapport à d'autres pays comme l'Allemagne, les coupures les plus utilisées en France sont de faible valeur unitaire. Les deux tiers des émissions nettes concernent le billet de 20 euros, qui représente également plus de la moitié des coupures délivrées par les distributeurs automatiques. Ces chiffres tendent à confirmer l'existence d'un seuil situé en dessous de 20 euros pour les règlements en espèces.

La valeur des billets mis en circulation par la Banque de France est en hausse continue depuis le passage à l'euro, et l'écart existant avec les autres pays européens tend à se resserrer. Ainsi, sur les quatre dernières années, les émissions nettes françaises sont en augmentation de 46 %, contre 25 % pour l'ensemble de la zone euro[3]. Elles atteignent 81,1 milliards d'euros fin 2010.

---

[2] *Sondage IFOP pour le compte de WINCOR NIXDORF réalisé en mars 2011 auprès d'un échantillon représentatif de 1003 personnes*

[3] *Source Banque de France La lettre du Fiduciaire juin 2011*

MONNAIE FIDUCIAIRE

Évolution France-Eurosystème des émissions nettes (en valeur) entre fin 2010 et fin 2011

	Eurosystème			France		
Émissions nettes (en milliards d'euros)	**30 nov. 2010**	**30 nov. 2011**	**Variation**	**30 nov. 2010**	**30 nov. 2011**	**Variation**
500 €	285,8	299,9	4,9 %	2,5	1,9	- 21,5 %
200 €	36,1	36,1	0,0 %	1,1	0,8	- 27,2 %
100 €	151,4	161,2	6,5%	12,5	13,6	8,8%
Sous-total coupures de thésaurisation	**473,3**	**497,2**	**5,1 %**	**16,1**	**16,4**	**1,7 %**
50 €	264,4	289,0	9,3%	17,4	20,7	18,8 %
20 €	52,2	54,3	3,9 %	39,7	43,1	8,7 %
10 €	19,5	19,8	1,6 %	6,3	6,9	9,2 %
5 €	7,3	7,5	2,4 %	- 0,5	-0,6	24,3 %
Sous-total coupures de transaction	**343,5**	**370,6**	**7,9 %**	**62,9**	**70,1**	**11,4 %**
Total	**816,8**	**867,8**	**6,2 %**	**79,0**	**86,5**	**9,4 %**

Source Banque de France DGAFP DAF — SEP

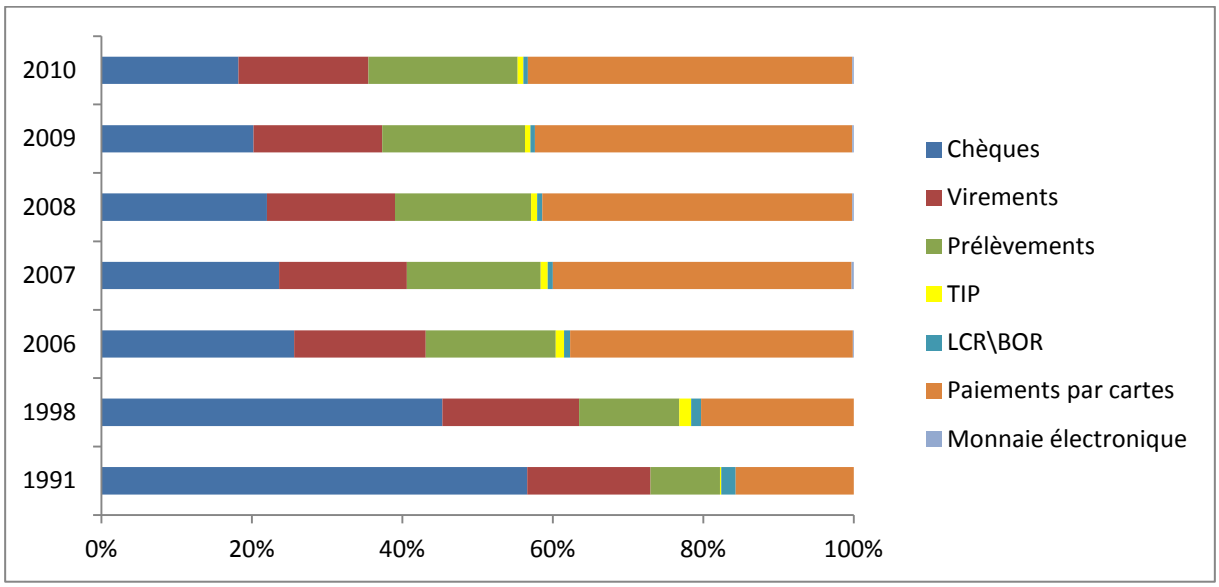
Le sondage de l'IFOP précédemment cité indiquait également que la détention d'argent liquide par les français aurait cru de plus de 10 % entre 2010 et 2011, le montant moyen détenu passant de 37 euros à 41 euros. Ces chiffres sont cohérents avec l'augmentation des émissions nettes constatées par la Banque de France qui au 30 novembre 2011 étaient de 9,4 % toutes coupures confondues. De plus, les statistiques fines de la Banque de France mettent en lumière la croissance spécifique des coupures de faible montant — de transaction — au détriment des coupures de réserve supérieures à 50 euros.

Pour autant, depuis le passage à l'euro fiduciaire en janvier 2002, la mesure de la circulation fiduciaire doit s'envisager au niveau de l'Eurosystème, afin de tenir compte des flux transfrontaliers de billets au sein de la zone mais aussi à l'extérieur.

1.2. UNE RÉPARTITION ORIGINALE DES MOYENS SCRIPTURAUX LES PLUS UTILISÉS PRIVILÉGIANT LE CHÈQUE ET LA CARTE BANCAIRE

Par rapport aux autres pays européens la répartition des moyens de paiement calculée en nombre de transactions montre une plus large place tenue en France par les chèques et la carte bancaire qui, à eux deux, représentent 61,3 % du nombre des transactions.

Parts des différents moyens de paiement entre 1991 et 2010 (en nombre)

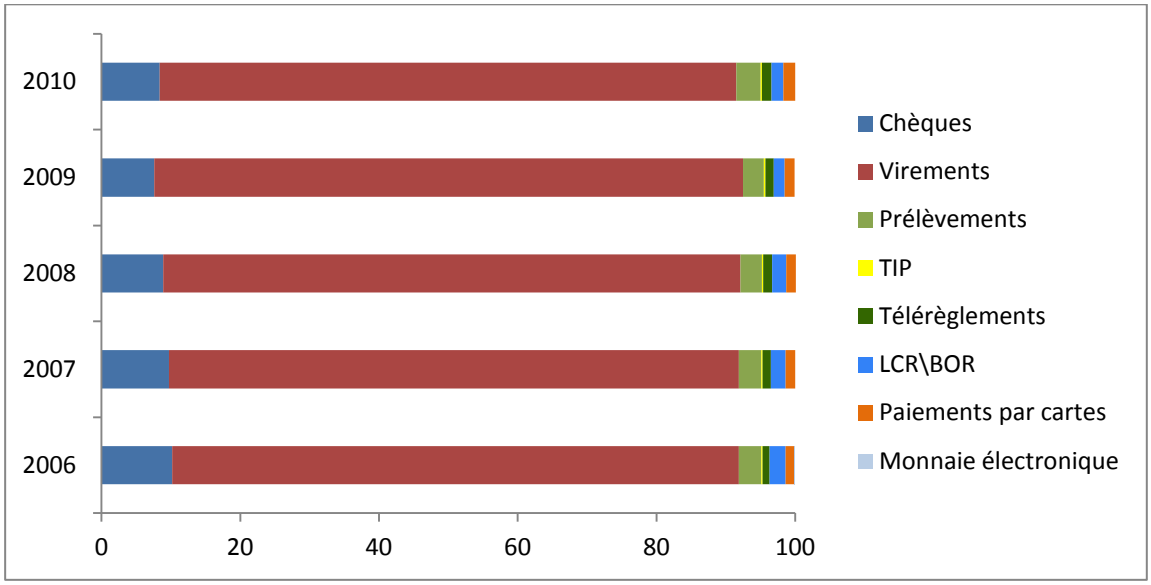


	1991	1998	2006	2007	2008	2009	2010
Chèques	56,6	45,3	25,6	23,6	22	20,2	18,2
Virements	16,4	18,2	17,5	17	17	17,1	17,3
Prélèvements	9,2	13,3	17,3	17,8	18,1	19	19,8
TIP	0,2	1,6	1,1	0,9	0,8	0,7	0,8
LCR\BOR	1,9	1,3	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6
Paiements par cartes	15,7	20,3	37,6	39,7	41,2	42,2	43,1
Monnaie électronique	0	0	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2

Source Banque de France SEPI (Service de surveillance des systèmes de paiement et de titres)

Toutefois cette répartition est différente si l'on considère le montant des transactions, les montants moyens de chaque moyen de paiement connaissant des écarts très importants (voir point 1.2.7).

Parts des différents moyens de paiement entre 2006 et 2010 (en montants)



	2006	2007	2008	2009	2010
Chèques	10,2	9,7	8,9	7,6	8,4
Virements	81,7	82,2	83,2	84,9	83,1
Prélèvements	3,2	3,2	3,1	3	3,5
TIP	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Télérèglements	1	1,2	1,3	1,2	1,4
LCR\BOR	2,3	2,1	2	1,6	1,7
Paiements par cartes	1,3	1,4	1,4	1,4	1,7
Monnaie électronique	0,1	0	0	0	0

Source Banque de France SEPI (Service de surveillance des systèmes de paiement et de titres)

1.2.1. Une utilisation du chèque massive bien qu'en diminution rapide

Une étude réalisée pour le Comité consultatif du secteur financier en février 2011[4], a montré que les chèques représentaient encore en France en 2010 près de 18,3 % des

[4] *Rapport sur l'utilisation du chèque en France -Février 2011- par le cabinet Edgar, Dunn & Company pour le CCSF*

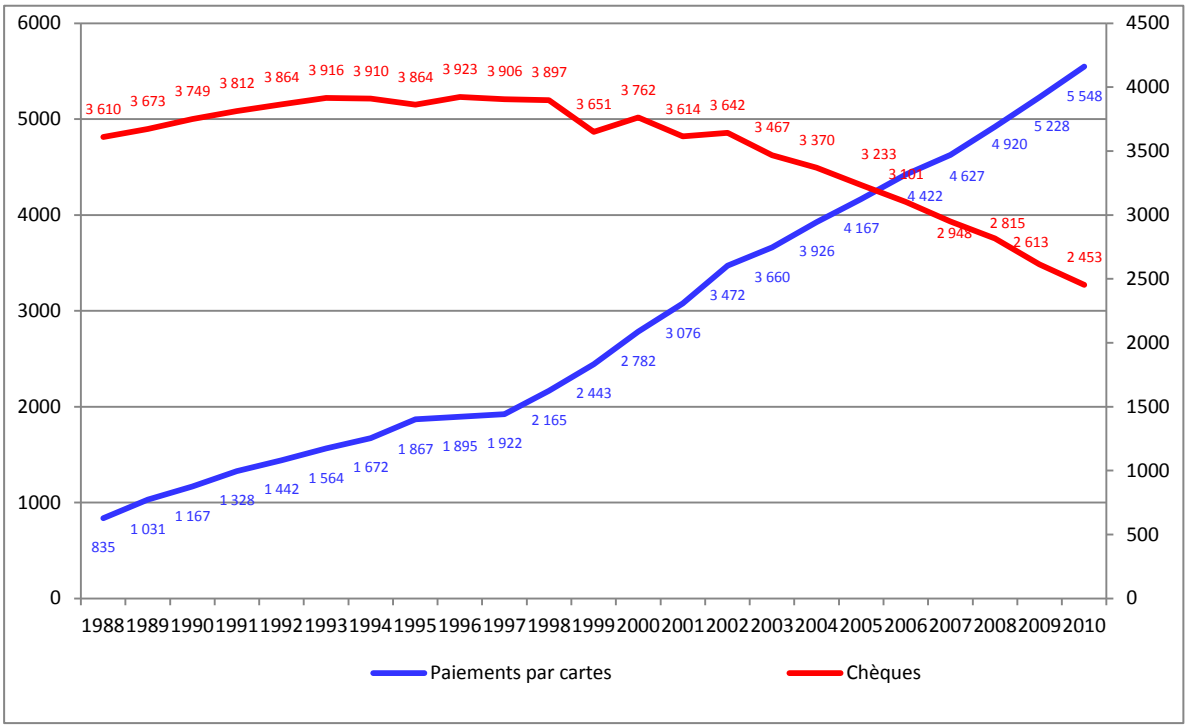
paiements hors espèces avec 3122 millions de chèques émis pour un montant total de 1828 milliards d'euros. Ces chiffres placent la France loin devant les autres pays européens, le Royaume-Uni arrivant en deuxième position avec seulement 8 % des transactions réglées par chèque.

Depuis une vingtaine d'années, une baisse tendancielle du nombre de chèques émis est observée, qui s'accélère depuis dix ans avec un taux de réduction annuel moyen proche de 4 % depuis 2001. Entre 2006 et 2010 les chèques sont passés de 23,6 % du nombre des transactions à 18,2 %.

Parallèlement la valeur totale des chèques émis a aussi tendance à diminuer mais de façon irrégulière sous l'effet de mouvements contradictoires. Le montant moyen des chèques reste élevé, à 555 euros en 2009[5], en raison de la préférence des particuliers pour ce moyen de paiement pour les gros montants et de l'utilisation encore très importante des chèques par les entreprises. Ainsi, un certain nombre de parties prenantes ont indiqué que les plafonds mensuels ou quotidiens d'utilisation des cartes bancaires sont parfois mal ajustés aux besoins des consommateurs et que ceux-ci, même ayant fait en premier choix ce moyen de paiement se voient refuser la transaction et doivent en dernier recours utiliser un chèque. De ce fait certaines enseignes en ligne voient même une part importante de leur activité réglée par chèque en raison d'un montant unitaire élevé des commandes.

[5] *Source Banque de France SEPI*

Évolution du nombre de paiements, par chèques et par cartes



Source : Chambres de Compensation (jusqu'à fin juin 2002) et GSIT (Groupement pour un système interbancaire de télécompensation)

1.2.2. Le succès des prélèvements automatiques

Le système bancaire français a mis en place un système de prélèvements automatiques performant qui représentait en 2010 20 % des transactions scripturales avec 3,3 milliards d'opérations représentant un volume de 1122 milliards d'euros en croissance d'environ 5 % en nombre de transactions comme en encours[6].

Ce mode de paiement est particulièrement adapté aux grands facturiers en raison de la facilité de réconciliation comptable entre la facturation et le règlement mais aussi par son très faible coût unitaire une fois mis en place. Il est particulièrement adapté aux facturations récurrentes de petit montant et qui enregistrent en général un faible taux d'impayés.

Son développement a été également très lié au comportement proactif des services fiscaux qui depuis une vingtaine d'années ont cherché avec succès à en développer l'utilisation, car il est particulièrement adapté aux paiements périodiques comme les impôts.

[6] *Source Banque de France SEPI (Service de surveillance des systèmes de paiement et de titres)*

Ainsi, il représente 54 % des transactions du Trésor public en recettes mais seulement 12,5 % des sommes collectées (***voir proposition 4.3.4.***).

Les télérèglements qui peuvent être statistiquement rattachés aux prélèvements, ne représentent quant à eux qu'un volume marginal en nombre de transactions à 0,12 % en 2010 mais d'un montant moyen très élevé dépassant 17 000 euros. Cet outil est notamment utilisé par les entreprises pour leurs règlements vis-à-vis du Trésor public.

1.2.3. Le Titre interbancaire de paiement (TIP) est demeuré un produit de niche

Le Titre interbancaire de paiement a été créé en 1988 pour se substituer aux chèques dans les règlements à distance entre consommateurs et les créanciers. Il permet, à la manière d'un chèque, le paiement par débit du compte de manière unitaire, sans donner d'autorisation récurrente de prélèvement. Il est émis et de fait adressé en même temps que la facture par le créancier. Il est en général payable par débit en compte à réception mais peut également être payé à une échéance indiquée sur le TIP.

Sa simplicité d'utilisation et sa gratuité pour le débiteur en font un substitut du chèque. Cependant, le TIP connaît un usage déclinant depuis plusieurs années. Les volumes représentaient en 2010 115 millions de TIP pour 38 milliards d'euros de prélèvement. En 2006 144 millions de TIP avaient été émis pour un montant de 50 milliards d'euros. L'utilisation du TIP décroit chaque année d'environ 5 %.

La mise en œuvre du projet SEPA (*Single Euro Payments Area*) entraînera la disparition de ce moyen de paiement non compatible avec les nouveaux circuits de paiements le 1er février 2016 en application du règlement européen sur les « *end dates* » (***voir proposition 4.3.3***).

1.2.4. Le virement reste stable sur longue période

En France, les virements ont représenté en 2010 17,5 % des transactions contre 16,4 % en 1991. En termes de valeur, ils représentent 85 % du montant des paiements en raison d'un montant unitaire moyen élevé qui atteint 7 158 euros. En effet le virement est très utilisé dans les transactions interentreprises. C'est aussi le vecteur majeur du paiement des salaires en France aussi bien dans le secteur public que dans le secteur privé. En revanche, il

semble très peu utilisé comme mode de règlement des transactions à la fois entre particuliers et entre particuliers et commerçants, en raison de contraintes techniques car il faut notamment disposer des références bancaires du destinataire, et en raison de la faible appétence des facturiers, qui ont des difficultés à effectuer les réconciliations comptables.

En effet, le nombre de caractères disponibles pour identifier les transactions étaient dans les systèmes jusqu'à présent trop limité. Cette situation a changé avec l'entrée en vigueur du SEPA puisque le virement au format SEPA — SEPA Credit transfert (SCT) dispose d'un champ d'une taille maximale de 140 caractères, fourni par le donneur d'ordre pour transmettre un libellé détaillé au bénéficiaire de l'ordre de virement SEPA.

En revanche, le virement est beaucoup plus utilisé dans des pays comme l'Allemagne ou les Pays-Bas où il représente respectivement 35 % et 30 % des transactions hors espèces (***voir proposition 4.1.1.***).

1.2.5. Bien que leur point de départ soit encore relativement peu élevé, les nouveaux moyens de paiement électroniques connaissent une croissance forte

Le volume de la monnaie électronique (cartes prépayées…) reste marginal (0,2 % des transactions) et les montants sont encore plus faibles : 90 millions d'euros en 2010. Toutefois une forte progression en volume et en valeur est observée alors que cet outil est encore peu répandu.

Il faut noter que le cadre réglementaire n'est pas encore stabilisé en France, la directive sur les établissements de monnaie électronique n'ayant pas encore été transposée. Le nombre d'établissements agréés par l'Autorité de contrôle prudentiel est encore limité (12 en décembre 2011). Le marché est pour le moment essentiellement animé par des entités de droit communautaire implantées en France par le jeu du passeport européen.

1.2.6. La diffusion massive des cartes bancaires constitue une caractéristique essentielle du marché français des moyens de paiement

La carte bancaire représentait en 2010 43,4 % des opérations de paiement scripturaux avec 7,4 milliards de transactions annuelles soit un peu plus que la moyenne européenne. Un

très grand nombre de cartes (paiement et retrait) circulent en France (104 millions) dont 58 % de cartes interbancaires (60 millions de cartes), 14 % de cartes de retrait bancaire et 28 % de cartes privatives. La croissance de ce moyen de paiement est continue puisqu'en 2007 il représentait 39,7 % des transactions pour 5,85 milliards de transaction, et en 2005 36,9 % des opérations pour 5,2 milliards de transactions.

Depuis 2006, les paiements par carte ont dépassé ceux par chèque et, depuis, l'écart n'a cessé de se creuser, l'utilisation du chèque continuant à diminuer tandis que la croissance de la carte se poursuit.

En France, le montant moyen d'un paiement par carte de type CB (hors retraits) est de 49 euros, soit un niveau moins élevé que pour les virements, les prélèvements ou les paiements par chèque. Plus de la moitié des cartes sont à débit immédiat, 15 % sont des cartes de crédit et de paiement et 9 % des cartes sont à débit différé. Les autres types de cartes (American Express, Diners club) sont ciblés sur une clientèle de niche et ont des parts de marchés globalement faibles en comparaison.

Dans le paysage bancaire européen, c'est en France et en Grande-Bretagne que le paiement par carte est le plus développé. La France représente le tiers des paiements par carte effectués dans la zone euro, essentiellement en raison de l'équipement en matériel d' « interopérabilité » (terminaux de paiement chez les commerçants et distributeurs automatiques de billets) qui en simplifie considérablement l'usage.

1.2.7. Une segmentation des moyens de paiement en fonction des montants des transactions

Les différentes études réalisées en matière d'utilisation des moyens de paiement montrent toutes une certaine segmentation des usages en fonction des montants. Il n'y a pas de moyen de paiement totalement interchangeable mais des outils adaptés à chaque circonstance et à chaque tranche de dépense.

Cependant, la segmentation par montant de dépenses n'est pas automatique car le choix du moyen de paiement est aussi impacté par le type de transaction en face à face ou à distance même si certains outils paraissent dominants dans tel ou tel type de transaction (espèces pour les faibles montants et prélèvements pour les facturations d'opérateurs téléphoniques).

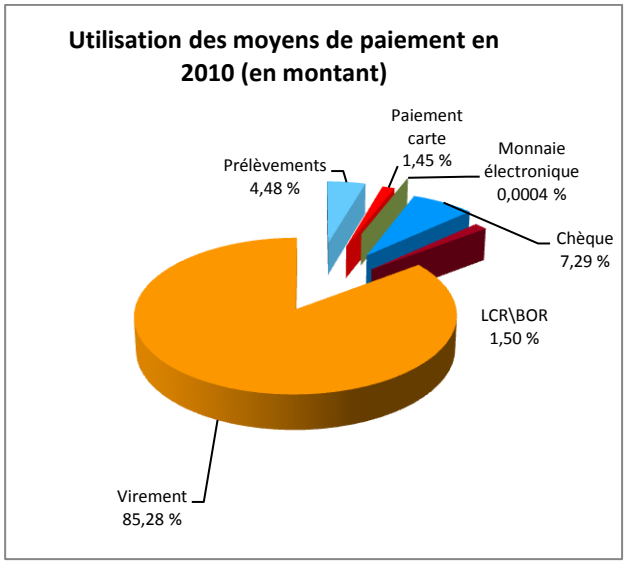
Par ailleurs, les choix des consommateurs sont dans un certain cas contraints par les commerçants qui acceptent ou refusent certain types de paiement en fonction du montant (refus de la carte bancaire au dessous de 2, 4 ou 15 euros selon les contrats de chacun avec leurs banques prestataires, refus des chèques ou acceptation sous conditions). En revanche, les chèques sont souvent les seuls moyens de paiement acceptés pour des achats de montant important. Ces comportements ont indirectement une influence forte sur les montants moyens par type de paiement.

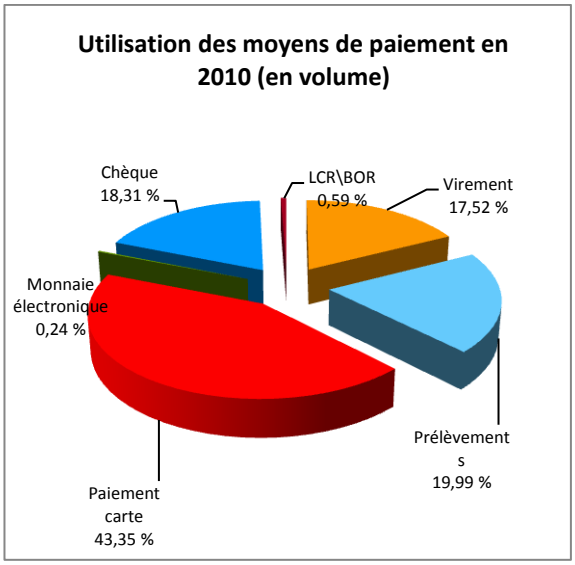
Montant moyen par moyen de paiement (en euros)

Moyens de paiement	Montant moyen en euros (2005)	Montant moyen en euros (2009)
Paiements par carte	50	49
Prélèvement	28	234
TIP	307	332
Chèque	556	555
LCR et BOR	3 779	3 755
Virement	5 591	7 355
Télérèglement	39 352	19 282

Source : Banque de France SEPI (Service de surveillance des systèmes de paiement et de titres)

Parts de marché des paiements





Source : Banque de France SEPI (Service de surveillance des systèmes de paiement et de titres)

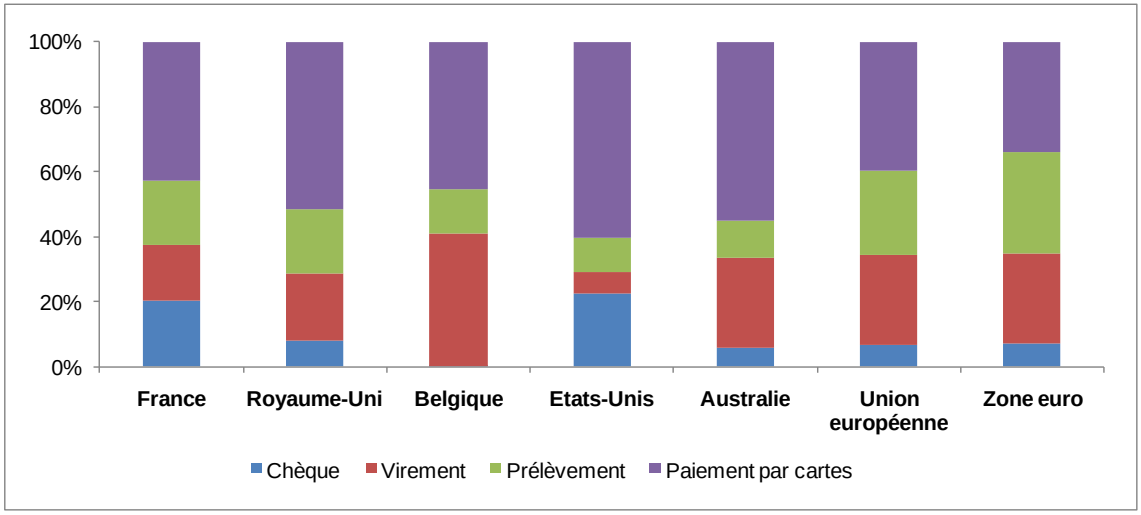
1.2.8. Répartition des transactions par moyen de paiement

Le passage à l'euro et le développement de l'Internet et de la confiance dans le commerce électronique ont été et sont toujours des sources de croissance majeures des transactions par cartes mais également des virements. Ainsi en Allemagne 50 % des paiements hors espèces ont déjà lieu par virements. Néanmoins, le taux de croissance des virements reste en Europe inférieur à celui des cartes, plus répandues.

Les tendances actuelles en Europe montrent une augmentation de 10% par an en moyenne du nombre des transactions scripturales, les pays récemment entrés dans l'espace communautaire connaissant une forte croissance de la bancarisation et en conséquence de l'utilisation des moyens de paiement électroniques.

Ces évolutions de parts de marché relatives à chaque moyen de paiement sont le résultat d'évolutions plus ou moins rapides initiées parfois par certains acteurs importants, mais toujours avec l'adhésion des consommateurs qui choisissent l'un ou l'autre des moyens qui leur sont proposés.

Répartition du nombre de transactions hors-espèces par pays en 2009



Source : Banque de France, Banque des Règlements Internationaux (BRI), Banque centrale d'Australie (RBA)
Réalisation : EDC

En 20 ans la répartition du nombre des transactions par moyen de paiement a fortement évolué. Le comportement des consommateurs a changé et la carte bancaire s'est en grande partie substituée au chèque. En effet, si les chèques et les paiements par carte représentaient 72,3 % des transactions en 1991 ils n'en représentaient plus que 61,3 % en 2010. En revanche, les prélèvements qui représentaient 9,2 % des transactions en 1998 en représentent 19,8 % en 2010 dépassant également le chèque après la carte bancaire qui l'avait fait en 2002.

En matière de revenus liés aux paiements, le marché européen est estimé à 34 milliards d'euros essentiellement générés par les revenus liés aux cartes (cotisations, commissions DAB, commissions d'interchange et commissions d'acquisition) à hauteur de 67 % (26 milliards d'euros)[7].

[7] *Source Données Bain & Company*

Par rapport aux autres pays européens, la faible place des espèces en France dans le règlement des transactions est compensée par une forte utilisation des chèques et des cartes bancaires. Bien qu'en diminution rapide, l'utilisation des chèques demeure très importante et les moyens comme le TIP ou le virement qui sont également à l'initiative du débiteur ne s'y substituent que peu. En revanche, le prélèvement automatique est apprécié et très utilisé tant par les donneurs d'ordres que les consommateurs même si son potentiel de croissance reste limité car une partie des utilisateurs ne souhaitent pas trop de paiements automatiques de crainte de perdre le contrôle de leurs dépenses. Mais la caractéristique majeure du système français des paiements est la très forte utilisation de la carte bancaire qui représente à elle seule près de la moitié des transactions.

2. LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS, DES COMMERÇANTS ET DES AUTORITÉS PUBLIQUES

2.1. POUR LES CONSOMMATEURS

Les exigences des consommateurs tournent autour de trois axes : la simplicité d'utilisation qui doit être la plus simple et intuitive possible, la gratuité de l'opération de paiement et la sécurité du moyen de paiement.

Les parties auditionnées conviennent toutes que l'utilisation d'un moyen de paiement doit être à la main des consommateurs qui choisissent celui qu'ils préfèrent utiliser dans chaque transaction selon qu'il s'agit d'un paiement en face à face, ou à distance. Toutefois, certaines entreprises ou administrations n'acceptent qu'un ou deux moyens de paiement en en « privilégiant » parfois un seul, mais en règle générale, la liberté de choix demeure pour le consommateur.

En effet, les personnes auditées confirment que la multiplication des moyens acceptés permet toujours d'augmenter les ventes d'un commerçant même si un mode de paiement est plus coûteux pour lui. La vente additionnelle provoquée par l'acceptation de ce moyen de paiement dégage toujours une marge supérieure au coût facturé par le prestataire de service de paiement.

2.1.1. La priorité est à la facilité d'usage

Le choix de l'utilisation d'un moyen de paiement plutôt qu'un autre par les consommateurs, en dehors des contraintes « techniques » liées aux transactions à distance ou en face à face, est avant tout lié à la praticité dans l'usage et à l'acceptation qu'en ont les commerçants. Selon le mode de réalisation de la transaction en face à face ou à distance les moyens de paiement peuvent varier.

Cette exigence est souvent mise en avant par les associations de consommateurs auditionnées qui insistent sur le caractère pratique que doivent avoir les moyens de paiement dont l'utilisation ne doit pas contribuer à exclure des populations diminuées par l'âge ou non familières des techniques modernes.

Le temps nécessaire à l'utilisation du moyen de paiement est également une question souvent évoquée. Le moyen de paiement doit aider à ce que la transaction soit rapide, les consommateurs ne souhaitant pas attendre que ce soit aux caisses des magasins, ou en ligne

entre les différentes pages du processus de paiement. En ligne, le nombre de clics et de pages ouvertes sont des données très importantes (***voir propositions 4.1.1. et 4.1.2***.).

Ainsi l'ergonomie des moyens de paiement alternatifs qui seront proposés, doit tenir compte de cette exigence de fluidité de la transaction, sans laquelle ces nouveaux moyens ne rencontreront pas l'adhésion des consommateurs. Des systèmes paraissant trop compliqués avec par exemple des identifiants complexes et /ou des systèmes de sécurité nécessitant de retenir un trop grand nombre d'informations seront très vraisemblablement voués à l'échec.

Inversement, les moyens de paiement faisant appel à des technologies de pointe via des applicatifs dédiés sur téléphones intelligents ou la communication en champ proche [ou NFC (*Near Field Communication*)] plus couramment appelée « sans contact » semblent pouvoir rencontrer l'adhésion des consommateurs mais on ne sait pas dans quels délais et cela dépend des contextes. Par ailleurs, les consommateurs peuvent plébisciter des services qui même sans apporter de révolution technique apportent le confort d'une utilisation simple ; la percée du système PayPal (voir fiche en annexe 4) auprès des consommateurs en est une illustration (***voir proposition 4.2.2***.)

Le Near Field Communication

Depuis sa création en 2008, la technologie de communication de données sans contact fait office de mini-révolution dans le monde des terminaux mobiles. Elle pourrait notamment faciliter les achats de proximité avec un objet communicant.

— Qu'est ce que la technologie Near Field Communication (NFC) ?

Technologie de communication de proximité (quelques centimètres) lancée par Sony et Philips, le Near Field Communication (communications en champ proche) permet d'échanger des données entre un lecteur et n'importe quel objet communicant (terminal mobile, carte à puce) ou entre les terminaux eux-mêmes et ce, à un débit maximum de 424 Kbits/s. À l'instar de la technologie RFID qui utilise des marqueurs passifs (elle utilise aussi des marqueurs actifs), les communications NFC s'appuient sur le lecteur pour transmettre la puissance à la puce NFC par radiofréquence. La gamme de fréquence utilisée est élevée, il s'agit de la gamme des 13,56 MHz.

— Quelles en sont les utilisations ?

Les utilisations sont multiples : un téléphone portable peut se connecter à un ordinateur pour télécharger un fichier, un appareil photo enverra des images à un Personal Digital Assistant (PDA), un téléviseur échangera des données avec un téléphone intelligent (Smartphone). Au-delà, ce sont les marchés du contrôle d'accès, de la billetterie ou des bornes interactives de tout type qui sont concernés, mais aussi les achats de proximité par simple approche d'une carte à puce ou d'un terminal (achat d'un produit vendu en distributeur automatique en approchant sa carte bancaire ou son téléphone portable de la vitre, par exemple...).

— Quels sont ses atouts ?

Les puces NFC, de taille très réduite, sont conçues pour qu'un lecteur puisse dialoguer avec plusieurs d'entre elles de manière simultanée, sans risque de collision, contrairement à la technologie Bluetooth.

Par ailleurs, l'encodage et le chiffrement embarqués sont destinés à assurer le maximum de sécurité aux échanges.

Source : www.journaldunet.com Rapport CCSF2010 2011

Pour autant, un certain nombre de consommateurs s'inquiètent de la dématérialisation croissante des moyens de paiement et souhaitent toujours pouvoir disposer d'un moyen à leur main ne nécessitant pas de connaissances ou d'équipement particulier pour pouvoir être utilisé, et ne dépendant pas de réseaux techniques ou électroniques ou de support pouvant être défaillants. Ainsi pour les paiements par Internet, ou Internet mobile, des « trous » dans la couverture ou une batterie déchargée peuvent provoquer des difficultés insurmontables. Il peut y avoir le souhait d'une alternative au « tout électronique ».

La notion de praticité n'est pas universelle et certaines catégories de population (les plus âgées ou les plus faibles pas toujours habiles avec l'utilisation des écrans et des menus d'accueil) peuvent en avoir une définition très différente, des moyens de paiement jugés aisés pouvant devenir au contraire pour eux excessivement difficiles d'emploi.

Enfin, un certain nombre de parties prenantes ont soulevé le problème du trop grand nombre de mots de passe que doivent retenir les consommateurs. En effet chaque dispositif technique d'identification ayant des normes propres, les mots de passe peuvent aller de 3 à 8 caractères avec ou sans caractères alphanumériques, ce qui entrave le « recyclage » des mots de passe avec les risques d'oubli ou plus simplement en ce qui concerne les moyens de paiement, l'abandon du moyen de paiement nécessitant un mot de passe trop complexe au profit d'un autre plus simple (quel que soit le niveau de sécurité réel). Cela rejoint la problématique d'un éventuel choix à faire, à un certain stade, entre sérénité et ergonomie/facilité d'usage.

2.1.2. La sécurité est une condition essentielle au développement de nouveaux moyens de paiement

La sécurité est une des exigences essentielles d'un moyen de paiement. Les moyens de paiement reposant sur la confiance, celle-ci serait affaiblie par une insuffisante sécurité vis-à-vis de la fraude ou de la falsification. Cette exigence fondamentale pour la monnaie fiduciaire est transposable pour la monnaie scripturale et est particulièrement importante pour les moyens de paiement qui permettent d'avoir un accès direct ou indirect au compte bancaire des consommateurs.

Le développement des moyens de paiement électroniques nécessite une sécurité adaptée et évolutive. Les constantes innovations techniques et les incessantes tentatives de fraudes parfois très sophistiquées rendent nécessaire une mise à jour régulière des dispositifs

de sécurité des systèmes. Différentes personnes auditées ont en effet confirmé que la mise en place de dispositifs de sécurité sectoriels, sur un moyen de paiement, ou en ligne, chez un commerçant, entraînent mécaniquement un report de la fraude vers d'autres supports moins sécurisés ou d'autres commerçants en ligne proposant les mêmes biens ou services.

Des exemples récents de captures de numéros de cartes de crédit auprès des sites de grands groupes proposant des jeux vidéos et a priori armés contre ces effractions ont marqué l'opinion publique. En effet, ces organismes « concentrateurs de risques » sont très exposés aux attaques et aux fraudes et doivent disposer de dispositifs de sécurité performants. Pour autant, ce sont souvent des sites commerciaux en dehors de la sphère réglementée qui collectent les numéros de cartes bancaires de centaines de millions de consommateurs et pour lesquels la réglementation applicable peut être relativement simple et relevant du contrat d'adhésion dans un pays étranger. Ainsi on estime à 100 millions le nombre de « comptes itunes » ouverts dans le monde par les utilisateurs des produits de la marque Apple ayant donné leurs coordonnées bancaires pour pouvoir bénéficier des services des produits informatiques achetés.

Enfin, il peut exister un écart entre la sécurité réelle des moyens de paiement et la perception qu'en ont les consommateurs qui peut parfois être différente de celle des praticiens. En effet, pour le consommateur, la sécurité est souvent liée à une absence de perte financière pour lui et non à l'impossibilité de la fraude. Plus de 9 cyberacheteurs sur 10 s'estiment satisfaits de la sécurité des services de paiement en ligne, selon une étude de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad) et de Médiamétrie NetRatings, datant de mai 2008.

Les dispositifs légaux de protection des consommateurs peuvent avoir une influence indirecte sur la perception de la sécurité d'un moyen de paiement, de même que les dispositifs contractuels liant une assurance à une transaction.

Le Code monétaire et financier à l'article L 133-19 énonce qu'en cas de perte ou de vol d'un moyen de paiement doté d'un dispositif de sécurité personnalisé (une carte bancaire), le montant des utilisations frauduleuses restant à la charge du titulaire, avant opposition, est limité à 150 euros. De même la responsabilité du titulaire du moyen de paiement « n'est pas engagée si l'opération de paiement non autorisée a été effectuée en détournant, à l'insu du payeur, l'instrument de paiement ou les données qui lui sont liées. »

Par ailleurs, dans le cas des achats sur Internet, le consommateur ne sait pas toujours si certaines garanties qui lui sont « offertes » en cas de livraison défectueuse sont vraiment le fait du commerçant auquel il s'adresse ou s'il s'agit de la « sécurité de la transaction » liée à l'utilisation du moyen de paiement.

2.1.3. La gratuité est souvent considérée comme allant de soi

Toutes les personnes auditionnées et les enquêtes pouvant avoir été menées sur tel ou tel moyen de paiement indiquent l'hypersensibilité du consommateur au prix du service de paiement. De fait, la gratuité est quasiment unanimement demandée pour la plupart des moyens de paiement. Il s'agit d'une position de principe indépendante des données économiques.

L'utilisation du chèque, des espèces et de la carte bancaire comme moyen de règlement des transactions étant gratuite pour les consommateurs, à quelques exceptions près, les moyens de paiement innovants ne pourraient rencontrer leur marché que dans un contexte de gratuité ou de très faible facturation.

Une facturation dans des limites non encore définies semble cependant envisageable à certains acteurs à condition que le consommateur ait le sentiment que cette facturation est la contrepartie d'un service additionnel à l'acte de paiement et qui n'est que rarement proposé pour le moment.

En effet, l'attitude des consommateurs peut être ambivalente et ils peuvent parfois privilégier des solutions plus coûteuses si elles leur apportent un avantage particulier, en termes de simplicité d'emploi par exemple. Le vendeur particulier qui utilise les offres de PayPal accepte de payer un coût de transaction élevé car la solution proposée lui apporte un avantage en termes de sécurité via le rôle de tiers de confiance joué par PayPal.

La valorisation dans l'opinion publique de l'opération de transaction grâce par exemple à des services associés est vraisemblablement préalable à une éventuelle évolution des pratiques de facturation, car le paiement sera alors en quelque sorte pour le consommateur, la rémunération d'un nouveau service et non celle d'une opération stricte de paiement. Actuellement, pour un moyen de paiement payant comme la carte bancaire il semble que les consommateurs en acceptent la facturation au titre des services associés à la

carte en matière d'assurance. C'est l'assurance que le consommateur accepte de payer et non la prestation de paiement liée à la transaction.

2.1.4. Les moyens de paiement ne rencontrent le succès que si leur caractère universel est établi

L'interbancarité est perçue en France comme naturelle par le consommateur, malgré finalement une existence relativement récente puisqu'elle ne date que de 1984. Jusqu'à cette date, les cartes bancaires n'étaient pas interopérables et limitées au retrait d'espèces, ce qui explique leur faible nombre alors : 2 millions.

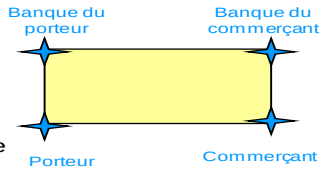
Cette interbancarité ne concerne que les cartes bancaires émises par les établissements affilées au GIE carte bancaire et non les cartes privatives émises par des réseaux concurrents de Visa/MasterCard. L'interbancarité n'existe pas dans la plupart des autres pays où la détention de plusieurs cartes bancaires est nécessaire pour pouvoir par exemple retirer des espèces dans différents réseaux bancaires, les distributeurs n'acceptant que certains types de cartes. Bien que très souvent non formalisée par les consommateurs, l'universalité des possibilités de paiement est une condition forte à la percée d'un moyen de paiement.

L'étendue du réseau d'acceptation est en effet une condition du succès d'un moyen de paiement. Au 31 décembre 2010 le GIE carte bancaire annonçait ainsi disposer de 143 000 points de vente affiliés en France.

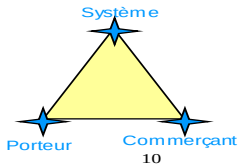
La conséquence de l'interbancarité est la mise en place d'un modèle économique des cartes bancaires fondé sur une organisation centralisée — le GIE carte bancaire — qui assure l'interbancarité, aussi souvent appelé « modèle à quatre points ». La contrepartie économique est l'obligation de développer des commissions d'interchange pour que les établissements teneurs de compte des porteurs de carte et des commerçants accepteurs soient rémunérés pour leurs services.

Les différents modèles économiques des cartes bancaires

- **Système 4 points**
  - Le consommateur, sa banque, la banque du commerçant et le commerçant réalisent toute opération de paiement carte
  - Des accords techniques et financiers sont applicables à tous
  - L'interchange rémunère la garantie de paiement et les services rendus par la banque du consommateur à la banque du commerçant.



- **Système 3 points**
  - Le prestataire central contracte directement avec le consommateur et le commerçant
  - Les caractéristiques techniques et financières sont propres à chacun (secret des affaires)



- **Autres modèles dérivés**
  - Cartes de crédit
  - Cartes pré chargées, cartes cadeaux
  - Cartes de fidélité

Source : Fédération bancaire Française

Les systèmes à 3 points, bien que non interbancaires, peuvent néanmoins être largement répandus : American Express et Paypal sont des modèles privatifs à trois points, acceptés par des millions de marchands dans le monde et utilisés par des centaines de millions de consommateurs. Sans être interbancaire au sens strict la profondeur de leur acceptation les en rapproche.

2.2. POUR LES COMMERÇANTS

2.2.1. La sécurité et la garantie des paiements sont les attentes essentielles

La sécurité est une attente forte des commerçants pour les transactions en face à face ou en ligne. Pour les moyens de paiement anonymes comme les espèces ou maintenant la monnaie électronique sous forme de cartes prépayées, c'est d'abord une sécurité physique qui est recherchée. Pour les autres moyens de paiement, il s'agit de maîtriser la fraude et les impayés.

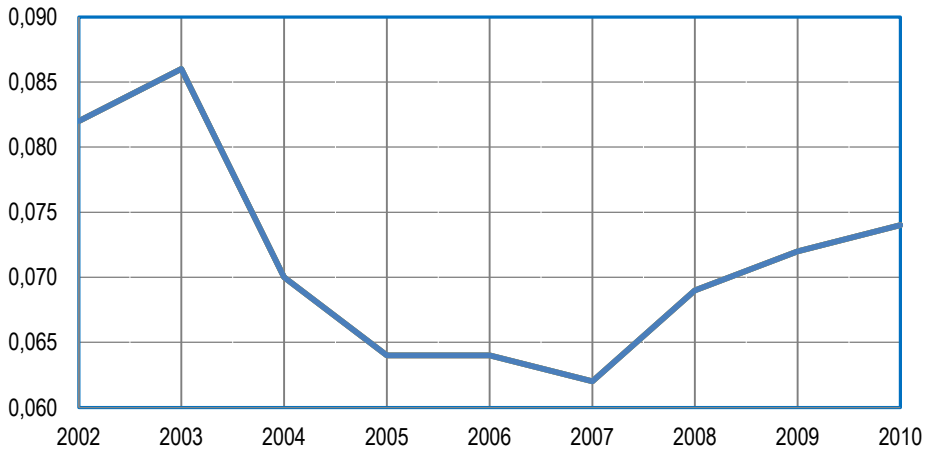
En matière de monnaie scripturale, la première sécurité pour le commerçant est d'être payé, aussi les dispositifs de sécurisation de la transaction et de lutte contre la fraude sont essentiels, et l'identification du client souvent un préalable.

Pour les chèques et pour les transactions inférieures ou égales à 15 euros, les commerçants ont la garantie d'être payés quelle que soit la provision sur le chèque bancaire en application de l'article L.131. 82 du code monétaire et financier.

La carte apporte au commerçant un paiement garanti et irrévocable sans limitation de montant à la différence du chèque en cas d'insuffisance de la provision. De même que pour le consommateur, un des éléments lié à l'acceptation de ce mode de paiement résulte de l'assurance qui lui est liée. La valorisation du coût de la commission carte payée par le commerçant intègre également cette garantie au-delà des prestations de paiement stricto sensu.

Néanmoins, avec la croissance du commerce en ligne les taux de fraudes à la carte bancaire qui avaient fortement diminué en France grâce à l'utilisation de la carte bancaire et à la mise en œuvre du standard EMV, ont recommencé à croître. Les commerçants font en effet face à une fraude significative pour les transactions par carte qui s'établit encore en moyenne à 0,074 % en 2010.

Taux de fraude
tous types de carte, en %



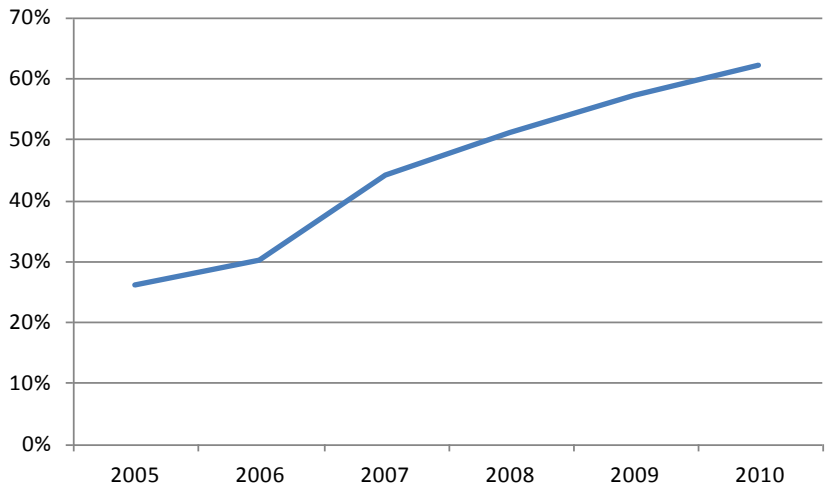
Source : Observatoire de la sécurité des cartes de paiement

La fraude est particulièrement marquée pour deux catégories de transactions : les transactions à distance et les transactions internationales (***voir propositions 4.1.3. et 4.1.4.***).

– Pour les transactions nationales en face à face elle est de 0,012 % en 2010 mais de 0,262 % pour les transactions à distance[8].

– Pour les transactions internationales la fraude est encore plus élevée et passe de 0;655 % en face à face à 1,310 % à distance.

Part de la fraude sur les paiements à distance par rapport à la fraude totale en France



Source : Observatoire de la Sécurité des Cartes de Paiement

La maîtrise de la fraude liée au commerce en ligne est donc pour les commerçants une donnée essentielle dans la mesure où ce dernier est destiné à se développer fortement dans les années à venir.

[8] *Source Rapport de l'observatoire de la sécurité des cartes de paiement*

2.2.2. Le coût du paiement n'est pas toujours clairement évalué : seule la partie tarifée l'est

Le coût du paiement se décompose pour le commerçant en deux éléments : le prix payé du service de paiement au prestataire bancaire et le coût analytique de l'opération de paiement. Ce dernier est souvent plus difficile à isoler, le commerçant lui-même ne le calculant que rarement sauf dans le cas des grandes organisations.

Pour les chèques, il s'agit notamment des frais de remise et services associés facturés par la banque, mais aussi et surtout du temps passé pour leur gestion par des salariés ou le commerçant. Dans son étude relative à l'utilisation du chèque en France de Février 2011, le Cabinet Edgar Dunn et Company avait estimé à 0,49 euro le coût analytique moyen d'un chèque pour un commerçant avec une fourchette allant de 0,35 à 0,80 euro par chèque encaissé selon la taille du commerce. Ces estimations ont été confortées lors des auditions par les diverses évaluations faites par les représentants du commerce.

Pour les chèques les coûts peuvent se résumer de la façon suivante :

Principaux coûts pour les Entreprises
– coûts de traitement du chèque en comptabilité (en encaissement et en paiement) ; – frais d'envoi de courrier et de coursiers (en encaissement et en paiement) ; – temps de passage en caisse pour les commerçants ; – frais bancaires liés au chèque (ex : traitement du chèque, incidents de paiement) ; – frais liés à la lutte contre la fraude et les impayés, et perte financière relative aux impayés. *Source Edgar Dunn & Company*

Pour les paiements par carte, le temps de la transaction est très court et le prix payé par le commerçant est facile à identifier. Il s'agit pour l'essentiel de la commission payée par le commerçant qui règle les différents frais, qu'ils soient engagés par sa banque ou celle du porteur de carte.

En effet, la commission perçue par les banques se décompose en deux parties : la commission commerçant négociée avec le commerçant et la commission interbancaire de paiement. Celle-ci, fixée à un certain niveau inchangé depuis quelques années, est amenée à

évoluer suite à la décision du 7 juillet 2011 de l'Autorité de la concurrence relative à des pratiques mises en œuvre par le Groupement des Cartes Bancaires et à être ramenée de 0,47 % de la transaction en moyenne à 0,30 % à compter du 1er octobre 2011. Il est prévu que ce taux soit revu dans quatre ans pour tenir compte des évolutions du marché.

Au total, le coût moyen d'une transaction réglée par carte bancaire varie donc en fonction du commerçant et de la négociation qu'il a menée avec sa banque mais jusqu'en 2011 on peut estimer le coût moyen autour de 0,6 % du montant de la transaction selon différentes sources.

De plus, les banques appliquent souvent une commission minimale par opération carte, qui, ramenée en pourcentage, renchérit considérablement le coût des transactions de petit montant.

Pour les commerçants, le coût de la transaction carte est un élément important dans la mesure où il est proportionnel au chiffre d'affaires et non unitaire, à la différence du chèque pour qui le coût de traitement est le même quel que soit son montant (***voir proposition 4.2.1.***).

Pour l'instant en France, les commerçants ne sont pas autorisés par la réglementation à moduler le prix de vente en fonction du moyen de paiement choisi par le consommateur. Le choix par ce dernier d'un moyen de paiement plus coûteux pour le commerçant ne lui est pas refacturé. Cette possibilité de « *surcharging* » fait débat. Ainsi, certains pays européens l'ayant autorisé comme le Danemark seraient en passe de l'abandonner de nouveau (***voir proposition 4.4.5***).

Par ailleurs, les représentants du commerce auditionnés indiquent qu'après l'échec de l'expérience Monéo il n'y a pas encore de modèle économique pour les transactions de faible montant, hors espèces, notamment parce que les commerçants de proximité vendant des produits de faible valeur unitaire n'ont pas eu intérêt à utiliser ce service pour diverses raisons.

Enfin, un certain nombre de commerçants considère que le moyen de paiement reste finalement au choix du consommateur, et que plus le nombre de moyens de paiement (quel qu'en soit le coût pour le commerçant) offert au client est important, plus grande est la probabilité que le consommateur réalise une transaction commerciale. C'est notamment sur ce principe de la vente additionnelle générée par un moyen de paiement supplémentaire que se

fonde la démarche de sociétés comme PayPal qui malgré des taux de commissions élevés connaissent une expansion forte auprès des commerçants.

Cette situation permet en partie d'expliquer le succès de certains systèmes de paiement, qui pour certains se sont imposés dans certains secteurs (les cartes American Express dans le secteur du luxe et du voyage, PayPal pour les transactions sur Internet et notamment sur Ebay), malgré les taux de commissionnement élevés appliqués (***voir proposition 4.1.2.***).

2.2.3. Les services associés à l'encaissement sont appréciés

Le commerce est sensible aux fonctionnalités associées aux moyens de paiement, pouvant par exemple aider à la tenue de la comptabilité, à la gestion des stocks, à la fidélisation de la clientèle et demain au marketing et à la publicité (***voir proposition 4.4.3.***).

Les questions d'équipement sont aussi importantes et leurs coûts d'installation et de maintenance (matériel, lignes téléphoniques etc.) entrent en ligne de compte pour différencier les différentes propositions des établissements proposant un service de paiement. Ces derniers peuvent être amenés à développer des services associés à la prestation de gestion de moyens de paiement en proposant des offres couplées par exemple pour les médecins avec la gestion et les connexions de la carte vitale.

Le commerce en ligne a ses propres spécificités et pour les très petits commerces en phase de lancement ou pour les auto-entrepreneurs, des solutions techniques simples et bon marché leur permettant d'accepter de la monnaie électronique. En effet, il a été souligné lors des auditions que l'obtention d'un contrat carte bancaire auprès d'un établissement de crédit n'était pas toujours aisé ni rapide pour un entrepreneur démarrant son activité.

2.3. POUR LES AUTORITÉS PUBLIQUES

Les pouvoirs publics ont également des attentes relatives à la sécurité du système, à sa transparence et à son caractère concurrentiel. Ils interviennent à travers diverses entités qui peuvent chacune en fonction de leur mission avoir des préoccupations différentes pouvant parfois déboucher sur des conflits d'objectifs.

2.3.1. L'objectif premier des autorités est d'assurer la sécurité des solutions de paiement et la confiance

La sécurité technique et matérielle des moyens de paiement est de par le Code monétaire et financier, du ressort de la Banque de France. Dans le cadre des évolutions rapides, qui vont vers un accroissement très fort du commerce en ligne, la Banque de France a ainsi incité les banques françaises pour leur gestion des paiements en ligne à adopter à compter de fin juin 2010 une méthode d'authentification forte des transactions par cartes bancaires en ligne. Déployé sous les appellations commerciales Verified By Visa et MasterCard Secure Code, « 3-D Secure » a été développé par Visa et MasterCard pour permettre aux marchands de limiter les risques de fraude sur Internet, liés aux tentatives d'usurpation d'identité. Ce système consiste à s'assurer, lors de chaque paiement en ligne, que la carte est bien utilisée par son titulaire à l'aide d'un dispositif d'identification unique.

Dans ce cas où, à la fois le commerçant et la banque du porteur de la carte sont équipés, une étape supplémentaire a lieu au moment du paiement. En plus du numéro de carte bancaire, de la date d'expiration de la carte et des trois chiffres du code de sécurité (imprimés au dos de la carte), l'internaute doit saisir un mot de passe défini au moment de l'inscription au dispositif auprès de sa banque (authentification simple) ou un code dynamique à usage unique (authentification forte) généralement envoyé par SMS.

Il semble néanmoins que le procédé rencontre encore un certain nombre de difficultés à convaincre certains marchands et consommateurs et son succès en France n'est pas encore acquis. De grandes enseignes en ligne on refusé de l'utiliser, estimant que leurs systèmes internes de détection de transactions frauduleuses étaient plus performants et commercialement moins pénalisants.

Pour autant, les enseignes ayant adopté ce système, passé un temps d'accoutumance de la part de leur clientèle, n'auraient pas constaté d'impact majeur sur leurs volumes de

transactions, mais en revanche auraient constaté une chute importante du taux de fraude, qui se reporterait d'ailleurs sur les commerçants n'ayant pas adopté ce procédé (***voir proposition 4.1.3.***).

2.3.2. La transparence des opérations et des intervenants est nécessaire afin d'éviter le déplacement du marché vers des systèmes opaques opérés par des structures mal contrôlées

La traçabilité des opérations, la solidité financière des opérateurs sont une autre préoccupation majeure des pouvoirs publics qui ont le souci d'éviter le développement d'infrastructures non régulées, possible grâce à la technologie et à l'articulation des réglementations, pouvant faciliter le blanchiment d'argent. Ces missions sont confiées à l'Autorité de contrôle prudentiel en charge de l'agrément et du contrôle des opérateurs agréés en qualité d'établissement de crédit ou de paiement, ou bien habilités à exercer en France dans le cadre d'entités de droit étranger exerçant en France par l'intermédiaire du passeport européen.

La monnaie électronique est un domaine particulièrement sensible dans la mesure où les cartes prépayées par exemple peuvent être difficilement tracées en raison de leur anonymat, et constituer des réserves d'argent ou des moyens de transaction à partir du moment où leur réseau d'acceptation est étendu. Ainsi, la mise en circulation en France de cartes adossées aux réseaux Visa ou MasterCard par des établissements de paiement étrangers, ayant la même fonctionnalité que les cartes distribuées par des réseaux bancaires, nécessite une surveillance particulière. L'autorité compétente du pays d'accueil, en l'occurrence l'ACP, n'est qu'informée par son homologue qu'un établissement va agir sur son territoire par le biais du passeport européen (***voir proposition 4.4.1.***).

2.3.3. La concurrence doit être encadrée pour permettre un développement des opérations dans un cadre favorable aux consommateurs tout en permettant la rémunération des intervenants

À la suite de démarches similaires des autorités européennes compétentes, l'Autorité de la concurrence a entrepris d'organiser une meilleure concurrence entre les opérateurs et les moyens de paiement en poussant les intervenants à rapprocher la facturation de leurs coûts et

indirectement à restreindre la péréquation existante entre les différents moyens de paiement. À cette fin, l'Autorité de la concurrence a initié une démarche de régulation du commissionnement des transactions par carte en juillet 2011 et entend poursuivre cette démarche en vérifiant les conditions de facturation des banques des prélèvements et virements.

Les attentes des différents intervenants sont multiples et parfois contradictoires. La facilité d'usage est un élément clé souligné par tous les acteurs. La sécurité est également pour tous une condition essentielle à l'utilisation d'un moyen de paiement, les consommateurs et les commerçants souhaitant à juste titre une bonne fin de la transaction commerciale, sans impayé pour les uns et sans débit injustifié pour les autres. Pour autant, sécurité et simplicité ne vont pas toujours de pair, la difficulté étant de trouver des modèles permettant d'allier les deux.

Cette sécurité et cette simplicité ont pourtant un coût pas toujours facile à isoler ni à imputer. En effet, le prix du service de paiement est également un enjeu pour les parties prenantes, sa modicité voire sa gratuité allant souvent de soi pour les consommateurs, tandis que les commerçants souhaitent quant à eux maximiser leurs ventes tout en ne supportant pas un coût trop élevé de la transaction.

3. LES FRAGILITÉS DU MODÈLE ÉCONOMIQUE BANCAIRE DES PAIEMENTS

3.1. LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DES BANQUES EST EN COURS DE CHANGEMENT RAPIDE ET LA RENTABILITÉ DE LA GESTION EN ASSURE L'ÉQUILIBRE

L'équilibre actuel du financement de la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement par les banques repose sur un système de péréquation complexe et peu transparent entre les moyens de paiement et avec les produits générés par la gestion des comptes courants de la clientèle.

Le marché global des moyens de paiement français y compris les charges et produits liés à la gestion des comptes courants était estimé en 2009 à 22 milliards d'euros environ. L'équilibre entre les moyens générateurs de marges pour le système bancaire (cartes, prélèvements et virements pour un total de 3,3 milliards environ) et les moyens générateurs de coûts (chèques et espèces pour un total de 5,1 milliards environ)[9] est assuré par les marges dégagées par la transformation des dépôts collectés, qui permettent d'équilibrer le système et de générer une marge nette positive.

3.1.1. Deux moyens de paiement représentent la principale source de coûts pour le système bancaire

- ***Malgré la transformation de nombreuses caisses en distributeurs automatiques la délivrance d'espèces demeure une charge importante pour le système bancaire***

La création et l'entretien d'un réseau de 56 000 distributeurs automatiques de billets (DAB)[10] parfois disposant d'autres fonctionnalités permettant d'en faire de véritables guichets automatiques bancaires (GAB) constituent une charge importante pour le système bancaire. L'alimentation en espèces, compte tenu de lourdes contraintes de sécurité est coûteuse. Pour autant, les banques françaises ont jugé ce système plus sur et moins onéreux que le maintien dans chaque agence d'une caisse avec un guichetier dans un local sécurisé effectuant des

[9] *Chiffres variables selon les estimations retenues. La FBF annonce un coût de 3 milliards d'euros par an pour la gestion des espèces et le rapport sur l'utilisation du chèque en France estime à une fourchette allant de 0,7 Milliards à 4 milliards d'euros par an le coût du chèque pour le système bancaire, mais les différentes parties prenantes auditionnées s'accordent sur les ordres de grandeur et le sens des contributions positives ou négatives.*

[10] *Source BCE Blue Book France 2010*

opérations de caisses avec la clientèle. Seules les plus importantes disposent désormais d'un service de caisse.

L'interbancarité permet à chaque porteur de carte de retirer des espèces dans un distributeur. Le service rendu est alors rémunéré par une commission interbancaire de retrait (CIR) versée par la banque du titulaire de la carte à la banque propriétaire du DAB pour la rémunérer du service rendu. En France, elle était en moyenne de 0,72 euro mais est passée à compter du 1er octobre 2011, suite à la décision de l'autorité de la concurrence du 7 juillet 2011 à 0,57 euro soit une baisse de 21 %. Cette décision aboutit à une réduction de près de 100 millions d'euros du produit annuel de la CIR qui était de l'ordre de 450 millions d'euros[11].

Pour autant, les retraits déplacés (retrait par un porteur dans un distributeur d'une autre banque que celle émettrice de la carte) ne sont pas ou peu facturés, l'essentiel des produits générés par les utilisateurs de la carte étant constitués par les cotisations annuelles.

Au total, on estime à près de 2,6 milliards d'euros le coût total de la filière espèces pour le système bancaire en 2011.

- ***La diminution du nombre des chèques s'accélère mais leur émission reste à un niveau trop élevé et coûteux pour les banques***

Le coût de la mise à disposition et du traitement des chèques pour le système bancaire reste important malgré la diminution sensible des chèques émis tous les ans et la rationalisation des coûts de traitement.

Des gains de productivité ont déjà eu lieu et le circuit d'encaissement du chèque à gagné en efficacité depuis l'instauration de l'Échange d'Images Chèques (EIC) en 2002 qui a permis de supprimer la circulation physique des chèques au moyen de la numérisation (image) du chèque. Selon la Fédération bancaire française, 98 % des chèques utilisent le procédé de l'Échange d'Images Chèques. La banque remettante crée une image chèque et la

[11] *Source : Communiqué Autorité de la Concurrence*

transmet à CORE géré par la STET[12] qui effectue la compensation. Néanmoins, environ 2 % du nombre de chèques, demeurent « circulants » et sont transportés de la banque remettante à la banque tirée pour des raisons spécifiques (chèques d'un montant important, chèques hors normes, chèques marqués circulants à la demande de la banque tirée, chèque transmis de façon aléatoire à l'initiative du banquier remettant) (***voir proposition 4.3.5.***).

À défaut de chiffres nationaux précis on peut s'appuyer sur des études effectuées dans d'autres pays pour quantifier un « ordre de grandeur » des coûts de traitement de la filière chèque en France.

Au Royaume-Uni le coût est estimé à 1,20 euro par chèque (en 2009) et en Australie de 2,3 euros par chèque sans inclure les frais de structure (en 2007). Ces coûts unitaires sont à rapporter à la technologie utilisée pour le traitement des chèques et au volume de chèques traités. En effet, l'Australie et le Royaume-Uni n'utilisent pas le procédé d'Échange d'Images Chèques décrit ci-dessus et le volume de chèques est très inférieur à celui de la France (ex : 1 300 millions de chèques au Royaume-Uni, soit moins de 40 % du nombre de chèques échangés en France en 2009). Le coût unitaire du chèque dans ces deux pays est ainsi certainement supérieur au coût unitaire du chèque en France.

Les États-Unis utilisent depuis 2004 un procédé similaire à celui de la France pour le traitement des chèques mais ont un volume de chèques 7 fois supérieur à la France avec 24 400 millions de chèques en 2008 contre 3 303 millions de chèques en 2009 en France. Le coût unitaire du chèque aux États-Unis serait ainsi certainement inférieur au coût unitaire du chèque en France. Compte tenu de l'écart de population, le coût est estimé à 0,21 euro par chèque (estimation variant entre 0,15 dollar à 0,43 dollar par chèque).

Aussi sur la base des données en provenance de l'étranger, le Cabinet Edgar, Dunn & Company a dans son rapport de février 2011 rédigé à la demande du CCSF, développé une estimation du coût global pour le secteur bancaire français variant de 0,7 milliard d'euros à 4,0 milliards d'euros par an en prenant soit l'estimation du coût unitaire des États-Unis

[12] *La Société STET (Système technologiques d'échange et de traitement) est une société interbancaire détenue par six groupes bancaires français qui assure des fonctions de compensation des moyens de paiement et pour la carte bancaire l'intégralité des compensations des transactions de paiement par carte en France à travers le système CORE (Compensation Retail) est une plate-forme de compensation interbancaire ou ACH (Automated Clearing House). Il est géré par la société STET.*

(0,21 euro) et de la Grande-Bretagne (1,20 euro), et en multipliant par 3,3 milliards de chèques en France en 2009. Ce chiffre n'a pas fait l'objet de contestation depuis.

La diminution de l'utilisation de ces deux moyens de paiement, et donc celle des charges qui leur sont liées, pourrait dégager des marges pour financer le déploiement de nouveaux outils et compenser l'attrition inéluctable des revenus générés par les autres moyens de paiement (***voir propositions 4.3.1. et 4.3.2.***).

3.1.2. Deux autres moyens de paiement sont des sources de revenus mais sont appelés à voir leurs marges se réduire

- ***Les cartes bancaires sont génératrices de marges en émission et en acquisition***

Si on ne retient que les cartes bancaires au sens des cartes interbancaires de paiement acceptées dans les réseaux VISA MasterCard[13], on estime les revenus issus des cartes (cotisations cartes, commissions DAB, interchange et commissions acquisition) à 5 milliards d'euros nets une fois déduits les coûts d'entretien des réseaux et de gestion. L'émission capturerait environ les 2/3 des revenus issus des cartes via les cotisations et les commissions d'interchange.

La dominante du système carte français peut être décrite comme un système à quatre coins (cf. tableau chapitre 2) puisque la banque du porteur (banque émetteur) assure l'émission de la carte et la banque du commerçant assure l'acquisition des opérations chez le commerçant. Le système assure alors les fonctions de régulation essentielles à savoir la compensation des opérations entre les acteurs financiers et la gestion des demandes d'autorisation, et éventuellement des fonctions de marketing ou techniques pour le compte des banques affiliées.

La rémunération des banques participantes au système est notamment assurée par la commission facturée par la banque au commerçant. Cette commission agrège d'une part la rémunération perçue par la banque pour son compte en paiement des services rendus au

[13] *Les autres types de cartes privatives (American Express, Cofinoga etc...) qui représentaient en 2010 28 % des cartes en circulation, cf. chapitre 1.*

commerçant et d'autre part la Commission d'interchange (autrement appelée commission interbancaire de paiement CIP) qui est reversée à la banque du porteur de carte.

La banque du commerçant (ou banque acquéreur) facture à ce dernier une commission librement négociée entre eux variant selon les banques et le service proposé qui est censée couvrir les coûts supportés par la banque et dégager une marge.

Une partie importante des coûts supportés par la banque conditionne l'offre tarifaire faite aux commerçants. Elle est constituée de cette commission réglée par la banque du commerçant à la banque du porteur de la carte sur les opérations franco-françaises. Fixée par un accord interbancaire dans le cadre du GIE Cartes Bancaires, sa structure est inchangée depuis 1990 suite à diverses décisions du Conseil de la Concurrence et divers arrêts de la Cour d'appel de Paris.

La décision du 7 juillet 2011 précitée de l'autorité de la concurrence a abaissé le coût moyen de la Commission interbancaire de paiement de 0,47 % en moyenne à 0,3 % au 1er octobre 2011. Le produit annuel de la CIP devrait passer de 1,5 milliard d'euros par an à 1 milliard.

Des mesures vont être prises par ailleurs à la demande des pouvoirs publics pour d'une part baisser les coûts pour les petits commerçants cumulant moins de 12 000 euros de paiements par carte par an et d'autre part diminuer les frais pour les opérations d'un montant unitaire inférieur à 15 euros. En effet, les marges fixes sont un frein à l'utilisation de la carte bancaire pour les petits montants, voir les micro-facturations.

Les coûts du système sont générés par des coûts d'investissements et de fonctionnement : fabrication et distribution de la carte, réseau d'autorisation, de surveillance et de pilotage, gestion comptable, informatique, de maintenance et surtout de lutte contre la fraude dans un système qui fonctionne en permanence par échanges d'informations pour déboucler les opérations de flux financiers. La lutte contre la fraude nécessite l'engagement de moyens importants pour faire face à des tentatives permanentes d'entrées dans le système.

- ***Les virements et prélèvements sont relativement peu utilisés malgré leur intérêt pour le système bancaire en raison de leur faible coût***

Les prélèvements et virements seraient globalement profitables et génèreraient environ 700 millions par an de marges nettes. La grande automatisation de ces opérations permet de dégager ces marges. Pour autant, les évolutions en cours dans le cadre du SEPA fragilisent ces sources de revenus qui seront impactées par les nouvelles normes européennes instaurant une quasi gratuité.

3.1.3. L'équilibre est pour le moment assuré par la tenue des comptes courants de la clientèle

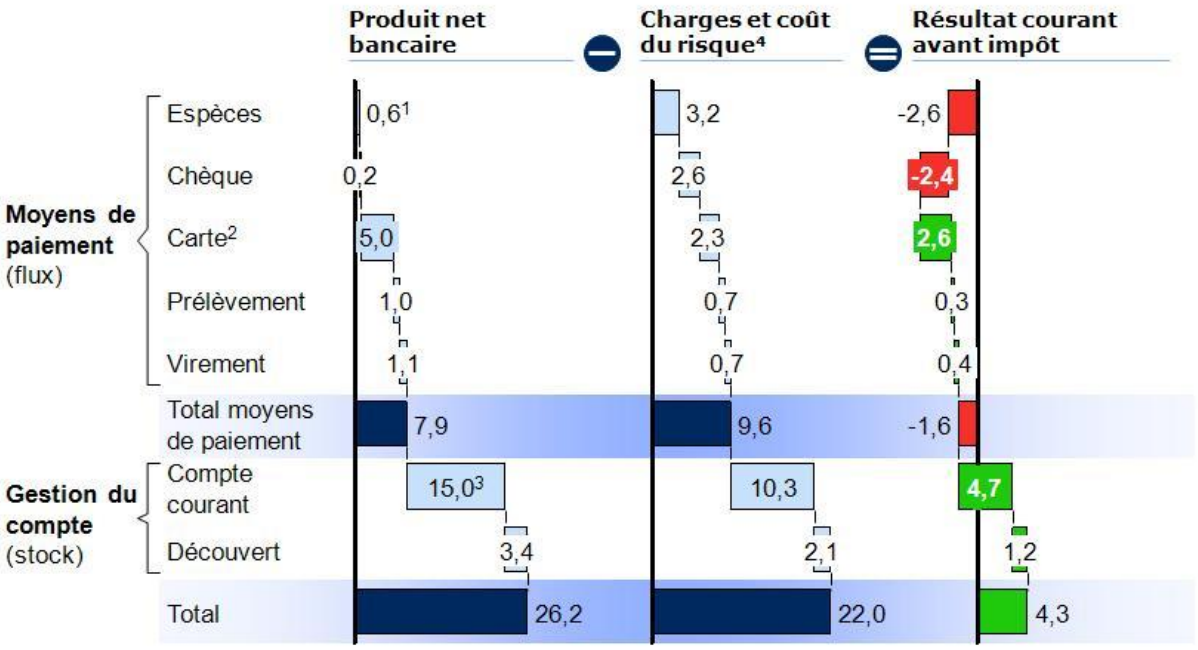
- *En France*

Le cabinet McKinsey & Company a effectué en 2011 une étude comparative en France et à l'étranger qui a confirmé cette analyse et évalué les produits générés par la tenue de compte courants associés aux moyens de paiement. Les grandes banques disposant de réseaux sont particulièrement sensibles à cet équilibre en ce qui concerne leur *business model*.

Les dépôts collectés par les établissements de crédit génèrent des produits. Les sommes collectées sont soit utilisées pour refinancer les crédits accordés à la clientèle en procurant de la ressource à un coût modéré, soit placées sur le marché. Une autre forme de produit, indirecte, est constituée par la marge réalisée sur les crédits engendrés par la constitution de découverts bancaires.

Le marché des paiements est profitable pour les banques en France en 2009, mais avec une contribution négative des moyens de paiement, pénalisés par le cash et le chèque

Marché français des paiements – Résultat des banques
Estimations 2009, en milliards d'euros



[1] Inclut les frais de retrait en agence et DAB/GAB déplacés, et les cotisations cartes allouées sur base de volume retraits vs. Paiements Carte

[2] Exclut 1,0Md€ de profit pour les cartes de la grande distribution (par ex. carte PASS Carrefour)

[3] PNB basé sur les frais de tenue de compte et la marge nette d'intérêt sur les encours. Banque de détail: moyenne pondérée à 90/10 entre OAT 10 ans sur les dix dernières années et EURIBOR 3 mois de l'année en cours- taux offert. Banques d'entreprises: moyenne pondérée à 80/20 entre EURIBOR 3 mois de l'année en cours et EUROSWAP 2 ans sur les deux dernières années — taux offert

[4] Coût du risque applicable aux découverts (0,7Md€) et encours de cartes de crédit (0,04Md€)

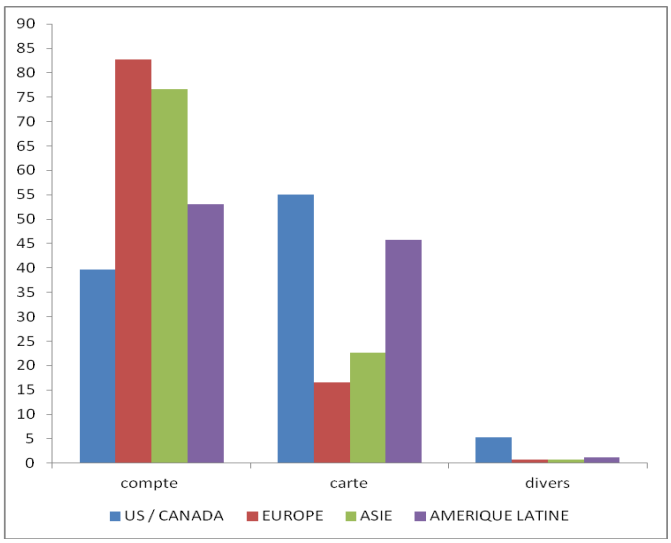
Source : McKinsey Payment Profit Pools

- *En Europe*

Le modèle de banque universelle à réseau tel qu'il existe en Europe continentale et en particulier en France est largement fondé sur ces interactions entre lignes de métiers qui constituent l'activité fondamentale d'une banque : la collecte de dépôts, le crédit et la gestion de moyens de paiement. Aussi tout changement impactant l'un des éléments pourrait modifier l'équilibre global en accroissant les charges ou les produits d'une des parties.

Cette situation qui n'est pas propre à la France a été mise en lumière pour toute l'Europe dans une étude du Cabinet McKinsey[14] qui soulignait la différence de sources de revenus des banques européennes par rapport aux établissements nord américains ou asiatiques. Ainsi, les revenus générés par les comptes courants atteignaient 255 milliards de dollars en Europe en 2008 contre seulement 120 milliards en Amérique du Nord et 190 milliards en Asie. En revanche, les cartes (en émission et en acquisition) généraient 165 milliards de dollars en Amérique du Nord au lieu de 51 milliards seulement en Europe et 56 milliards en Asie. Cela avec des tailles de marchés comparables de 302 milliards en Amérique du Nord et 310 milliards en Europe.

Estimations en pourcentage des produits bancaires par catégories en milliards de dollars en 2008



Source : données McKinsey — Mise en forme CCSF

[14] *The MCKinsey GlobalPayment Map : A global Eye on local opportunities*

Toutefois, depuis cette date les conséquences de la crise et le renforcement de la règlementation relative aux cartes de crédit aux États-Unis qui a limité les marges d'intérêt des crédits liés aux cartes ont légèrement atténué l'écart existant entre les produits issus des comptes et ceux des cartes.

En Europe, l'équilibre global des flux entre moyens de paiement dépend des produits générés par la détention des comptes courants de la clientèle. Leur érosion ou leur transfert vers d'autres établissements non bancaires remettrait en cause l'équilibre global.

3.2. CET ÉQUILIBRE EST CEPENDANT MENACÉ

En cas de réduction des produits générés par les moyens de paiement contributeurs, quelle qu'en soit la raison, le modèle économique ne pourra s'équilibrer qu'avec une réduction des coûts, c'est-à-dire de ceux liés aux chèques et à la circulation fiduciaire, sauf à ce que les banques bénéficient d'un regain de produits liés à la gestion des comptes courants, ce qui n'est pas assuré dans un contexte où ces produits atteignent déjà un niveau relativement élevé. En outre les évolutions en cours de la réglementation prudentielle en matière de liquidité pèseront également sur les revenus liés aux dépôts bancaires.

Actuellement, apparaît que les moyens de paiement mis à la disposition de la clientèle par les banques ont comme support essentiel les comptes de dépôts tenus dans l'établissement. Aussi l'émission de moyens de paiement est un élément clé de la relation clientèle en ce qu'elle permet d'obtenir des dépôts qui génèrent des marges notamment en raison de la transformation de ces ressources en crédits.

3.2.1. Les évolutions réglementaires le fragilisent

- ***Le système bancaire doit s'adapter aux changements d'architecture des circuits avec l'entrée en vigueur du SEPA qui réduira les marges sur les virements et les prélèvements***

La mise en place de l'espace unique des paiements en euros se caractérise par des moyens de paiement communs, qui entrainent notamment la disparition des moyens nationaux comme le prélèvement automatique ou le titre interbancaire de paiement (TIP).

Qu'est-ce que le projet SEPA ?

Entré en application depuis janvier 2008, le projet SEPA (*Single Euro Payments Area* – espace unique de paiement en euros) est un projet européen qui s'inscrit dans le prolongement du passage à l'euro fiduciaire. L'ambition est de créer **une gamme unique d'instruments de paiement en euros**, commune à l'ensemble des pays européens **(le virement, le prélèvement et la carte de paiement)**, permettant aux utilisateurs (consommateurs, entreprises, commerçants et administrations) d'effectuer des paiements en euros dans les mêmes conditions partout dans l'espace européen, aussi facilement que dans leur pays.

L'espace SEPA comprend tous les États membres de l'Union européenne (27 pays), ainsi que le Liechtenstein, la Norvège, l'Islande, la Suisse et Monaco. Chaque État membre assure la gestion du remplacement des instruments de paiement actuels par des instruments SEPA au sein de son pays, selon le plan de migration qu'il a défini (en France, deuxième plan du 11 octobre 2007).

Source Rapport CCSF 2010 2011

Si le virement sous forme SEPA (Sepa credit transfert SCT) est opérationnel depuis janvier 2008, et le prélèvement (Sepa direct debit - SDD) SEPA depuis novembre 2010, la migration des systèmes nationaux n'est pas encore achevée, et en pratique un certain nombre d'opérations ont encore lieu sous leur ancienne forme. Fin 2011 seuls 22 % des virements étaient sous forme SEPA (essentiellement grâce au passage des administrations publiques sous ce format). Les premières statistiques relatives aux prélèvements SEPA ne sont pas encore disponibles. En effet, le passage du prélèvement automatique au prélèvement SEPA implique une action des entreprises bénéficiaires et du débiteur.

Le prélèvement SEPA ou SDD (SEPA Direct Debit)

Le prélèvement SEPA présente les caractéristiques suivantes :

- le débiteur doit donner à son créancier une autorisation appelée « mandat ». Ce mandat est conservé par le créancier ;
- le créancier ne peut initier de paiement que s'il dispose d'une autorisation du débiteur ;
- le créancier émet son ordre de débit au plus tard cinq jours (s'il s'agit d'une première opération ou d'une opération ponctuelle) ou deux jours (pour les opérations récurrentes) avant la date de paiement. À la date prévue, la banque du débiteur transfère les fonds à la banque du créancier ;
- un champ de 140 caractères est à la disposition du créancier pour inclure un libellé qui sera transmis au débiteur sans altération ;
- le débiteur est identifié par le BIC (identifiant international de l'établissement financier) et l'IBAN (identifiant international du compte) l'IBAN et le BIC (comme pour le virement SEPA).

Le prélèvement SEPA est utilisable pour des opérations de débit ponctuelles ou récurrentes libellées en euros dans l'espace SEPA.

Le prélèvement SEPA présente les caractéristiques suivantes :

Le débiteur peut demander à sa banque le remboursement d'un prélèvement SEPA déjà effectué. Il dispose pour cela d'un délai de 8 semaines après l'opération si le prélèvement a été réalisé sur la base d'un mandat valide, et de 13 mois en cas d'absence de mandat valide.

En cas de remboursement, le débiteur n'est cependant pas exonéré de ses éventuelles obligations vis-à-vis du créancier.

Toute banque propose ce service à tout client particulier ouvrant un compte de dépôt sur simple demande et sans condition.

La banque informe le client intéressé sur le mode de fonctionnement et de mise en œuvre de ce service par une documentation appropriée, diffusée notamment via Internet.

Source Rapport annuel 2010 - 2011 du CCSF

Le virement SEPA ou SCT (*SEPA Credit Transfert*)

Le virement est un ordre de paiement initié par le donneur d'ordre à la suite duquel celui-ci donne un ordre de paiement à sa banque qui transfère les fonds à la banque du bénéficiaire.

Le virement SEPA est utilisable pour les transactions libellées en euros, entre deux comptes tenus par des établissements financiers localisés dans l'espace SEPA.

Le virement SEPA présente les caractéristiques suivantes :

- il est exécuté en trois jours ouvrés maximum (ce délai sera réduit à un jour à partir de 2012 conformément aux dispositions de la directive sur les services de paiement en cours de transposition) ;
- le compte du bénéficiaire est crédité du montant total de la transaction (les banques restent comme aujourd'hui libres d'appliquer la tarification de leur choix, mais les intermédiaires ne peuvent pas prélever de frais supplémentaires) ;
- un champ de 140 caractères est à la disposition de la clientèle pour un libellé transmis au bénéficiaire sans altération ;
- il utilise le BIC (identifiant international de l'établissement financier) et l'IBAN (identifiant international du compte) pour l'identification du compte du bénéficiaire. Toutefois le BIC ne sera plus obligatoire à compter, au plus tard, du 1er février 2016.

Source Rapport annuel 2010-2011 du CCSF

Avec le SEPA la banque teneur de compte ne reçoit que le mandat de prélèvement (SDD) de la part du créancier. Ce créancier peut désormais également être un établissement de paiement qui gère les paiements effectués entre les consommateurs et les entreprises en dehors des circuits bancaires traditionnels.

Pour accompagner cette évolution, plusieurs banques de la Place ont proposé SEPAMAIL, une innovation technologique qui facilite la migration en dématérialisant les échanges entre le créancier et le débiteur. Outre le confort de gestion, ce service offre une meilleure sécurité par un contrôle des IBAN en temps réel. Pour autant il pourrait être à l'origine d'une certaine attrition des revenus bancaires dans la mesure où des transactions réglées par carte feraient l'objet de prélèvements SEPA moins rémunérateurs en termes de commissions.

La fin de la migration au nouveau format SEPA est un enjeu important et immédiat pour les banques. En effet, le règlement européen dit « *end date* », adopté par le Conseil des ministres de l'Union européenne le 28 février 2012 et établissant des exigences techniques et commerciales pour les virements et les prélèvements en euros, fixe au 1er février 2014 la date butoir de migration pour le virement et le prélèvement SEPA.

À compter de cette date, tous les virements et prélèvements transfrontaliers pourront être faits aux mêmes conditions selon des règles et des normes communes pour les virements et les prélèvements libellés en euros dans l'Union. De plus, les règles concernant les commissions multilatérales d'interchange (CMI) pour les prélèvements ont été modifiées afin d'assurer des conditions neutres de concurrence entre les prestataires de services de paiement, et de permettre le développement d'un marché unique des prélèvements. L'application des commissions d'interchange sera ainsi réservée sous certaines conditions aux seules opérations qui sont rejetées, refusées, retournées, rectifiées ou reversées à défaut de pouvoir être exécutées correctement ou qui font l'objet d'un traitement exceptionnel (***voir proposition 4.3.4.***).

- ***Les autorités de la concurrence cherchent à renforcer la compétition entre systèmes de paiement et à limiter les marges générées par les paiements par cartes***

Les autorités de la concurrence au niveau Européen et au plan national souhaitent créer les conditions d'une concurrence accrue dans le secteur des moyens de paiement. C'est le sens des différentes décisions prises en la matière.

Au plan européen, la Commission a rendu juridiquement contraignants les engagements offerts par Visa Europe visant à réduire substantiellement ses commissions multilatérales d'interchange (CMI) pour les paiements effectués par carte de débit par une décision du 8 décembre 2010. Ces engagements sont dans la ligne des engagements unilatéraux pris par MasterCard en avril 2009.

Les CMI sont des commissions interbancaires fixées collectivement par les banques membres de Visa Europe pour les paiements par carte. Les engagements prévoient de ramener à 0,2 % de la valeur de l'opération le niveau moyen pondéré maximum des CMI applicables

aux opérations transfrontières effectuées par carte de débit et aux opérations de débit nationales effectuées dans les pays où les CMI sont directement fixées par Visa Europe[15]. Cela représente une réduction de quelque 60 % en moyenne pour les CMI nationales et de 30 % pour les CMI transfrontières. Visa Europe s'est, en outre, engagée à maintenir et à étendre les mesures destinées à accroître la transparence et la concurrence sur les marchés des cartes de paiement.

Les taux de commissions d'interchange pour les opérations par carte sont très variables selon les pays. Ils vont de 0 % aux Pays-Bas, où elles n'existent pas, à 0,86 % au Portugal, en passant par 0,56 % en Espagne. En Allemagne en raison de la spécificité du système ils vont de 0,2 % à 0,6 %. Ces différences ont des impacts forts sur les architectures nationales. Ainsi, aux Pays-Bas, les banques sont fortement incitées à proposer d'autres solutions de paiement que la carte, potentiellement plus rémunératrices, même s'il s'agit seulement d'économies de coûts.

Au plan national, la décision précitée du 7 juillet 2011 de l'Autorité de la concurrence, relative aux commissions interbancaires va dans le même sens. Ainsi, l'Autorité à estimé qu'en matière de commissions interbancaires, si la fixation en commun n'était pas automatiquement condamnable, elle était susceptible de constituer une entente et le montant des commissions devait alors être justifié par des éléments objectifs.

Pour autant, des marges fixées par les autorités à des niveaux trop faibles, dans le but d'entretenir une concurrence entre moyens de paiement, peuvent fragiliser les équilibres d'une industrie qui ne peut fonctionner que sur de très importants volumes de transaction.

La plupart des experts considère que deux systèmes concurrents ne peuvent économiquement subsister sur un même marché national en raison de la faiblesse des marges face aux volumes d'investissements initiaux et de maintenance. Pour les industriels auditionnés le marché pertinent est le marché européen qui serait le seul permettant de développer un système de paiement carte compétitif, compte tenu de la dimension mondiale de nombreux opérateurs. Faute d'un changement dans l'appréciation du marché pertinent et du fait de la disparition prévisible de certains réseaux nationaux, il est à prévoir l'émergence

[15] *Les pays concernés étaient la Grèce, la Hongrie, l'Islande, l'Irlande, l'Italie, Malte, la Suède, le Luxembourg et les Pays Bas.*

au niveau international d'une forme de duopole entre Visa et MasterCard (***voir proposition 4.4.4.***).

- ***L'ouverture des marchés par les modifications du cadre juridique applicable aux paiements et l'agrément de nouveaux acteurs spécialisés***

La directive européenne n° 2007/64/CE du 13 novembre 2007 sur les services de paiement (DSP) a ouvert le marché des moyens de paiement à de nouveaux acteurs non bancaires soumis à un agrément spécifique et à de nouvelles règles moins contraignantes en matière de régime prudentiel. C'est sur cette base que les établissements de paiement ont été agréés en France.

Les établissements de paiement

L'ordonnance n°2009-866 du 15 janvier 2009 précise les obligations prudentielles à la charge des établissements de paiement. Celles-ci sont allégées par rapport à celles imposées aux établissements de crédit notamment parce que les établissements de paiement ne peuvent détenir de dépôts et autres fonds remboursables.

Les établissements de paiement, qu'ils exercent ou non une activité autre que la prestation de services de paiement, sont soumis au mécanisme de protection des fonds dès le premier euro (cantonnement des fonds ou souscription d'une police d'assurance).

Les établissements de paiement ne peuvent octroyer des crédits (sur une durée de 12 mois maximum et non renouvelable) qu'à titre accessoire et dans le cadre exclusif de l'exécution d'une opération de paiement. Dans le cadre de cette activité, les établissements de paiement sont soumis aux dispositions existantes en matière de crédit à la consommation, ainsi qu'aux dispositions prévues par le nouveau projet de loi sur le crédit à la consommation.

Il est prévu également que, dans le cadre de leurs activités, les établissements de paiement aient accès au fichier central des chèques (FCC) et au fichier des incidents de remboursement de crédit aux particuliers (FICP). De même, toutes les dispositions prévues en matière de plafonnement des frais bancaires et de récapitulatif annuel des frais seront étendues aux établissements de paiement.

Enfin, les établissements de paiement devront adhérer à un organisme professionnel affilié à l'AFECEI et désigner un médiateur, comme cela est prévu pour les établissements de crédit par le Code monétaire et financier.

Source CCSF Rapport 2008-2009

L'adoption de la directive n° 2009 1110/CE du 16 septembre 2009 du Parlement européen et du Conseil concernant l'accès à l'activité des établissements de monnaie électronique a également facilité l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché.

Aujourd'hui, en France, le nombre d'établissements de paiement est encore limité et n'est que de 12 fin 2011[16]. En effet la nouvelle directive sur la monnaie électronique n'étant pas encore transposée, les établissements de monnaie électronique agréés relèvent de la première directive en la matière (Directive n° 2000/46/CE du 18 septembre 2000). Dans d'autres pays où ces activités étaient libres, les sociétés préexistaient et n'ont eu qu'à demander leur agrément, ce qui explique l'écart existant entre le nombre de sociétés agréées en France et à l'étranger. En outre, 114 établissements d'origine étrangère peuvent ainsi exercer en France à ce titre en application du passeport européen. Ce faible nombre pour la France s'explique aussi par le fait que l'Autorité de contrôle prudentiel (ACP) est plus exigeante que les autorités d'autres pays, par exemple en matière d'identification des payeurs et de sécurité.

Nombre d'établissements de paiement agréés au 31 décembre 2011

Royaume-Uni	**166**	**Allemagne**	**30**	**Espagne**	**41**	**Irlande**	**12**
Italie	**10**	**France**	**12**	**Luxembourg**	**1**		

Source Edgar Dunn & Cie — Janvier 2012

Cette ouverture du marché à de nouvelles entités agréées pour ouvrir des comptes de paiement (compte détenu au nom d'une ou de plusieurs personnes, utilisé aux fins de l'exécution d'opérations de paiement) modifie les termes de la concurrence sur le marché des paiements.

Ces établissements fonctionnent selon un modèle à trois points et les solutions de paiement sont adossées à la carte bancaire. Certains établissements ont commencé à émettre des cartes comarquées Visa ou MasterCard offrant toutes les fonctionnalités des cartes bancaires plus des services additionnels propres (limitations à certains types de transactions, à certains commerces, à certains horaires etc...) en fonction de la clientèle. Leur modèle est de ce fait relativement proche de PayPal.

[16] *Liste sur le site de l'Autorité de contrôle prudentiel : ADP, Afone paiement, Allopass, Aqoba, NBC SA, Buyster, Cards Off, Money Globe, Rentabiliweb Europe, Slimpay, Sencillo, Tempo France.*

Ainsi, « Buyster » est un établissement de paiement détenu à parts égales par Bouygues Telecom, Orange, SFR et Atos Origin, qui a pour objectif de développer, exploiter et commercialiser un service de paiement en ligne innovant basé sur le mobile. Il s'agit d'un système de paiement similaire à PayPal où le numéro de portable remplace l'adresse courriel qui fonctionne encore avec un numéro de carte bancaire préenregistré. Notons que lorsqu'un système équivalent fonctionnera avec une carte directement émise par VISA ou par un système de virement/prélèvement, les établissements de crédit perdront les revenus liés à l'utilisation de la carte bancaire sous jacente.

Le modèle économique des moyens de paiement est donc susceptible d'évoluer rapidement. De multiples initiatives se font jour, leur viabilité dépendra de la capacité des acteurs à séduire une clientèle large et stable.

Le nouveau wallet développé par les opérateurs téléphoniques

Lancé en septembre 2011 par les opérateurs de téléphonie (Orange, SFR, Bouygues Telecom) et par le processeur Atos, Buyster est une solution de paiement sur Internet accessible depuis son mobile avec une application smartphone

10 sites acceptent aujourd'hui Buyster et 22 autres sites sont annoncés

Agréé en tant qu'établissement de paiement en France, Buyster est une solution de paiement similaire à PayPal et utilise l'infrastructure de paiement existante avec un modèle économique basé sur un taux de commission (en %) facturé aux commerçants

Cependant, Buyster ne propose que le paiement (pas le transfert d'argent) par carte bancaire (pas par compte bancaire) et a centré sa campagne de communication sur la sécurité, basée sur le numéro de téléphone et un code PIN à 6 chiffres

Source Edgar Dunn & Cie

3.2.2. Les évolutions technologiques remettent aussi en cause les équilibres existants et favorisent les nouveaux entrants

- **La croissance très rapide du commerce en ligne déplace les parts de marché des différents moyens de paiement**

Les évolutions technologiques et la croissance très forte du commerce en ligne de 22 % en 2011[17] — qui devrait se poursuivre sur un rythme à deux chiffres dans les prochaines années alors qu'en 2011 le commerce de détail à reculé de 0,2 % selon la Banque de France — , ont déjà commencé à faire évoluer beaucoup plus rapidement qu'auparavant la répartition et la nature des moyens de paiement utilisés en France. Ainsi ces dernières années (cf. chapitre1) la croissance de part de marché de la carte bancaire a été fortement corrélée à celle du commerce en ligne.

Selon la Fédération e-commerce et vente à distance (FEVAD), le chiffre d'affaires du commerce en ligne a atteint en France 37,7 milliards d'euros en 2011 (31 milliards d'euros pour l'année 2010) représentant 168 millions de transactions pour 30,7 millions de « cyberacheteurs ». Le montant moyen des transactions atteint 90 euros à la même date soit un montant supérieur à la transaction moyenne par carte.

Les statistiques disponibles montrent également une très forte concentration du marché, quelques sites concentrent une part très importante du commerce en ligne aussi bien en nombre de visites qu'en chiffre d'affaires. Leurs choix en matière de moyens de paiement ont une influence importante sur les parts de marché des moyens de paiement et sur les solutions technologies retenues par les acteurs du paiement.

[17] *Source Baromètre de la FEVAD www.fevad.com*

Les principaux acteurs en 2011

Rang au 4e trimestre 2011	Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Amazon*	12 999 000	1 450 000
2	Fnac*	9 730 000	865 000
3	eBay*	9 386 000	1 349 000
4	PriceMinister*	9 287 000	905000
5	Cdiscount*	9 256 000	821000
6	La Redoute*	7 098 000	555 000
7	Voyages-Sncf.com*	6 944 000	511 000
8	Carrefour*	6 897 000	1 392 000
9	Vente-privee.com*	6 592 000	435 000
10	Pixmania*	6 121 000	393 000
11	Rue du Commerce*	5 666 000	333 000
12	Darty	5 134 000	333 000
13	3 Suisses*	5 024000	342 000
14	Décathlon	3 998000	256 000
15	Leroy Merlin	3 587 000	214 000

Source communiqué Fevad — Janvier 2012

Le commerce en ligne a ses propres exigences en matière de paiements. Les systèmes de paiement sous forme électronique (cartes bancaires en majorité mais aussi les systèmes avec enregistrement préalable comme PayPal, carte cadeaux, virements) sont le moyen dominant de règlement des transactions. La part des règlements par cartes bancaires est estimée entre 70 % et 85 % selon les sources. Pour autant un certain nombre de transactions ont été indirectement finalisées par carte bancaire au travers d'autres instruments (une partie des transactions PayPal sont par exemple conclues par débit d'une carte bancaire et non du compte de paiement PayPal). En Grande-Bretagne PayPal représente déjà 25 % de l'e-commerce, et on peut se demander si l'on arrivera à un niveau similaire en France (aujourd'hui estimé à 15 %). Il est d'ailleurs intéressant de noter qu'aux Pays-Bas, PayPal ne représente que 2% des transactions face au système iDeal mis en place par les grandes banques néerlandaises (***voir annexe n°4***).

Les nouveaux moyens électroniques (cartes prépayées, fonds déposés sur des comptes tenus par des établissements de gestion et d'émission de moyen de paiement) ne représentent encore que 5 % des transactions en 2011[18]. On estime qu'en 2015 des changements importants seront intervenus et que c'est le quart du e-commerce qui devrait être réglé par l'un de ces moyens alternatifs à la carte ou au virement (***voir proposition 4.4.3.***).

[18] *La part de marché de PayPal est estimée à 15% des transactions en ligne mais il faut noter que le dénouement de la transaction se fait pour l'essentiel via une carte bancaire, les soldes conservés sur le compte PayPal des clients étant faibles.*

Par ailleurs, à la fois en ligne et pour les transactions de face à face les études montrent une certaine appétence pour les solutions de paiement électronique de petits montants qui ne sont pas encore bien assurées par les offres actuelles. (***voir proposition 4.2.1.***)

- **Les évolutions technologiques ouvrent de nouvelles perspectives de développement…**

Le développement de technologies numériques, sans contact ou de reconnaissance des porteurs permettent d'intégrer des fonctions de paiement aux ordinateurs et aux téléphones et de modifier l'utilisation faite des cartes bancaires traditionnelles, voire de les remplacer dans certains cas.

Lors des auditions, il a été confirmé qu'une multitude de solutions étaient actuellement en développement pour proposer de nouvelles modalités de paiement adossées ou non à une carte bancaire, sur téléphone ou ordinateur, associées à des systèmes d'identification conviviaux par reconnaissance, digitale, veineuse, vocale etc..

Ainsi les procédés sans contact en champs proches (cf. chapitre 1) rendent désormais possibles les paiements par téléphones portables via une lecture à faible distance des informations liées à un compte de paiement contenues dans la carte SIM du téléphone ou une puce ad-hoc ou bien encore une application sans avoir besoin comme pour la carte d'un contact physique avec le terminal de paiement électronique.

Ainsi à Hong Kong la carte multifonctions Octopus, créée en 1997 utilise la technologie du sans contact et se présente sous forme d'un porte monnaie électronique rechargeable. Lancée initialement pour faciliter le paiement dans les transports publics, elle peut aujourd'hui être utilisée pour régler ses achats dans un très grand nombre de magasins. En 2011, 95 % des particuliers à Hong Kong possèdent une carte Octopus.

八達通 OCTOPUS

La carte Octopus va au-delà du transport à Hong Kong

Carte à puce prépayée sans contact utilisant la technologie (NFC) lancée en 1997 à Hong Kong et solution exportée à l'étranger pour son expérience et son savoir-faire : Pays-Bas (2007), Dubaï (2009) et Nouvelle-Zélande (2012)

Plus de **24 million de cartes** ont été émises depuis 1997 (pour une population de 7 million de personnes) ; 11 millions de transactions par jour

Élargissement de l'acceptation en dehors des transports publics avec 10 000 commerçants représentant environ 20-25 % des dépenses par carte

Développement de services innovants : carte bancaire avec fonction Octopus, recharge automatique, programme de fidélité commerçants

Faits marquants :

- Carte NFC prépayée avec une proposition de valeur simple et forte
- Succès de l'élargissement de l'acceptation de la carte dans le commerce

Source Edgar Dunn & Cie

Aux États-Unis, de très nombreuses solutions de paiement utilisant le téléphone portable et les technologies sans contact se développent également. Ainsi, une des entreprises qui se développe le plus vite est « Square », qui est un service de micro-paiement opérationnel sur les terminaux mobile (iPhone et Android) et fixe connectés à Internet.

Square

L'acte d'achat se fait via un petit boîtier (le Square reader) branché sur le téléphone et embarquant un lecteur de cartes bancaires pour des transactions d'un montant maximum de 60 dollars.

L'utilisateur, préalablement identifié lors d'une première transaction et après chargement d'une application, peut être identifié par sa photo et utiliser son téléphone intelligent avec écran tactile pour signer l'autorisation de la transaction.

La start-up qui dispose du soutien de Visa, entré au capital en avril 2010, vise à permettre l'affiliation des 27 millions de TPE américaines qui n'acceptent pas les cartes bancaires via un boitier sans abonnement et à faible cout branché sur un ordinateur, portable ou tablette détenue par le commerçant et simplement branché à Internet.

Le modèle économique fonctionne avec une commission élevée et des délais de réception des fonds importants de l'ordre de 20 jours.

En France, la grande distribution a commencé à équiper ses TPE de fonctions de paiement sans contact. Cependant, Carrefour a commencé à utiliser cette fonctionnalité et comptait en 2011 2,5 millions de porteurs de la carte Pass MasterCard dotée de la fonction sans contact. En revanche, la fonction sans contact a été utilisée au moins une fois par 34 % de ces porteurs, avec un montant moyen de 11 euros.

Visa Europe a récemment confirmé cette indication et souligné que 400 000 cartes avec la fonction sans contact avaient déjà été émises en France fin 2011 et que 100 000 TPE étaient déjà adaptés même si très peu ont été activés. Le développement devrait néanmoins s'accélérer puisque depuis avril 2011 le GIE carte bancaire a donné son agrément à l'implantation de terminaux de paiement sans contact partout en France, au-delà des expériences menées dans certaines villes comme Strasbourg, Nice ou Caen.

70 % des professionnels et experts du secteur estiment que le paiement mobile est la technologie la plus prometteuse d'ici à 2015. En effet, l'omniprésence des téléphones mobiles dans le monde (plus de 5 milliards d'abonnés) et l'essor des téléphones « intelligents » laissent entrevoir le développement de nombreuses opportunités pour des services de paiement, en particulier dans les pays à faibles taux de bancarisation, où le téléphone se substitue à l'agence bancaire pour une grande partie de la population. Cette technologie permet aux utilisateurs de disposer d'un porte monnaie électronique aux fonctions identiques à celles d'un compte de paiement en dehors d'un circuit bancaire classique puisque dans ce modèle la carte ou le terminal sans contact ne sont pas forcement adossés à une carte ou un compte bancaire.

Cependant, les auditions et les expériences étrangères montrent qu'une solution nouvelle de paiement ne peut percer que lorsqu'elle dispose dès son lancement d'un nombre très important d'utilisateurs.

Compte tenu de la concurrence des autres moyens de paiement il est nécessaire que l'innovation s'appuie dès le départ sur une base très importante de consommateurs et de commerçants accepteurs pour que les uns et les autres trouvent un intérêt à l'utiliser. C'est sans doute ce qui explique en partie le succès de PayPal qui s'est appuyé sur la base clientèle d'Ebay.

- **… et favorisent l'entrée de nouveaux concurrents non bancaires aux modèles économiques très différents**

Les évolutions techniques et réglementaires font que la gestion et la mise à disposition de moyens de paiement sont désormais proposées par des acteurs non bancaires. Le montant des investissements, n'est en rien une barrière à l'entrée pour des acteurs disposant de ressources financières très importantes, plus importantes bien souvent que celles dont disposent des groupes bancaires.

Ces acteurs potentiels issus pour l'essentiel du monde de l'Internet ou de la micro informatique peuvent être à même de proposer des solutions de paiement innovantes abordées sous un angle technique et rendues attrayantes pour le consommateur et/ou les commerçants par leur prix et/ou leur simplicité d'utilisation.

Ces solutions peuvent être proposées en coopération avec des acteurs bancaires ou directement par de nouveaux entrants avec l'appui des systèmes cartes internationaux comme VISA ou Mastercard.

Les wallets

Les projets de « wallet » qui se développent à l'initiative d'acteurs non bancaires issus de l'informatique comme Google proposent des solutions de paiement aux consommateurs qui s'affranchissent des circuits bancaires et des commissionnements afférents. Il s'agit en général d'un porte-monnaie électronique se présentant sous la forme d'une application pour téléphones « intelligents » équipés d'une puce sans contact où le consommateur pourra stocker les informations sur ses cartes bancaires destinées à être activées au moment du règlement et également disposer d'une carte virtuelle prépayée se rechargeant avec n'importe quelle carte bancaire.

Google se lance sur le marché du paiement par mobile

Le Google Wallet, lancé en septembre 2011, est pour le moment restreint à un réseau téléphonique et à un téléphone pour le paiement NFC, ce qui ne constitue qu'une étape dans sa stratégie de développement.

- Google Wallet, qui intègre désormais Google Checkout, est une application pour smartphone permettant de stocker virtuellement ses cartes de paiement, cartes de fidélité et autres coupons sur son téléphone.
- Grâce à des accords avec MasterCard, Visa, American Express et Discover, Google Wallet permet de traiter la majorité des transactions cartes aux États-Unis
- Il est à noter que le modèle économique du Google Wallet ne repose pas sur les revenus provenant directement du paiement mais s'appuie sur des services à valeur ajoutée et sur l'énorme potentiel lié à la publicité.

Les wallets pourront à terme aussi être les supports d'ordres de virement ne passant pas par les systèmes cartes.

Source Edgar Dunn & Cie

PayPal développe une stratégie mobile alliant services et paiement

PayPal compte plus de 100 millions de comptes actifs dans plus de 190 pays et a généré 3,4$ milliards de revenus en 2010 (+23 % par rapport à 2009).

PayPal anticipe un volume de 3,5$ milliards de paiement par mobile en 2011, multipliant le volume 2010 par cinq.

Faits marquants :

- PayPal tire parti de son nombre élevé d'utilisateurs et de son expérience pour passer avec succès du paiement en ligne au paiement mobile ;
- la stratégie wallet de PayPal avec le mobile intègre des services à valeur ajoutée (par exemple : géolocalisation, comparateur de prix, disponibilité des produits, partenariats avec d'autres acteurs) ;
- cette stratégie mobile s'inscrit dans une volonté de devenir 'top of the wallet' avec une entrée dans le monde des paiements physiques, en positionnant le paiement comme une étape dans le processus d'achat.

Source Edgar Dunn & Cie

À côté des wallets, existent déjà en France et à l'étranger un certain nombre de cartes VISA co-marquées sans lien avec une banque. Ainsi en France, PayPal émet déjà des cartes bancaires VISA France adossées à un compte bancaire. Il s'agit d'une carte de crédit adossée à une ouverture de crédit de CETELEM et les règlements de l'encours carte se font par débit de la réserve de crédit ou par celui d'un compte bancaire servant de support au prélèvement.

Les cartes - portes monnaies électroniques

Le développement des cartes électroniques anonymes adossées aux réseaux VISA MasterCard a été accéléré en Europe par la directive n°2009/110/CE du 16 septembre 2009 du Parlement européen et du Conseil concernant l'accès à l'activité des établissements de monnaie électronique.

150 000 cartes électroniques prépayées distribuées en France pour une valeur de 50 millions d'euros environ, bien qu'elles soient exclusivement émises pour l'instant par des sociétés étrangères via le passeport européen. Ces instruments anonymes permettent de réaliser des achats comme n'importe quelle carte « bancaire » et de retirer des espèces aux distributeurs. Elles peuvent être rechargées par virement, par débit d'une autre carte ou en espèces chez les commerçants qui les distribuent.

Visa Europe entend d'ailleurs en développer la promotion au moment des jeux olympiques de Londres en même temps que celle d'autres innovations en matière de moyens de paiement sans contact notamment.

Le développement de ce genre d'outils anonymes n'est pas sans danger en matière de lutte contre le blanchiment d'argent, en particulier dans un pays comme la France où 99 % de la population est bancarisée.

* * *

Ainsi, les évolutions technologiques offrent de nouvelles perspectives de développement à l'industrie des moyens de paiement. Les conditions de concurrence comme le modèle économique s'en trouvent radicalement modifiées. Si les Pouvoirs Publics souhaitent que les consommateurs directs tirent un bénéfice durable de ces évolutions, ils devront veiller à l'équilibre des conditions de concurrence entre acteurs ainsi qu'à la sécurité et à la transparence des opérations (***voir propositions 4.4.1. à 4.4.4.***).

3.3. L'IMPACT DE CES CHANGEMENTS N'EST PAS LIMITÉ AUX SEULS ÉTABLISSEMENTS DE CRÉDIT

- **La perte de l'économie d'échelle générée par l'interbancarité aura des répercussions sur le coût global des paiements**

Les conditions posées par les Autorités de la concurrence tant en France qu'en Europe sur les conditions d'interchange fragilisent les modèles interbancaires à 4 points. L'intérêt des établissements est de ce fait de développer des services reposant sur le modèle à 3 points.

Celui-ci introduit certes une certaine concurrence entre les cartes émises par rapport au système interbancaire à quatre points mais en contrepartie entraîne pour l'économie une limitation des gains de productivité du fait de l'existence de réseaux parallèles à mettre en place et à entretenir dans une industrie dont l'économie repose sur d'importants volumes. De plus le modèle à 3 points est moins transparent pour le commerce en matière de tarifs (***voir propositions 4.1.5. et 4.4.4.***).

- **La protection des données personnelles est une obligation pour tous les acteurs et un enjeu majeur pour la confiance**

La mise en œuvre de moyens de paiement modernes et l'informatisation accrue des échanges commerciaux entraînent la collecte et le stockage d'un nombre important de données personnelles, financières et d'identification, qui nécessitent une protection rigoureuse. Un certain nombre de sociétés commerciales disposent ainsi des coordonnées bancaires de milliers ou millions de clients dans des conditions de sécurité variables et concentrent les risques. Certaines ont délégué la gestion et la conservation de ces données sensibles à des opérateurs informatiques mais il n'y a pas de règle en la matière. La défaillance d'un seul acteur pourrait avoir des conséquences sur la confiance portée par les consommateurs dans la capacité de tous les opérateurs à maintenir confidentielles ces données.

Sur ce point les établissements de crédit gardent un atout significatif en raison des règles de secret bancaire qui leur sont applicables et de la confiance des consommateurs dont ils bénéficient.

L'anonymat est également une demande des consommateurs. Un récent sondage indique qu'une large majorité de Français est hostile à l'utilisation de données de géolocalisation à des fins commerciales ce qui n'est pas sans faire peser d'hypothèque sur de nouveaux systèmes dont le modèle économique de paiement repose sur de la publicité ciblée.

- **Les industriels des moyens de paiement peuvent être fragilisés par la perte de marchés de référence**

Le développement de l'industrie de la carte bancaire en France est initialement lié au choix par France Télécom de mettre à disposition de la clientèle des cabines téléphoniques dotées de lecteurs de cartes à puce en remplacement des cabines à pièces.

Ce choix a été suivi par celui de l'industrie bancaire avec la diffusion de la carte bancaire munie d'une puce et non plus seulement d'une bande magnétique. L'introduction de la carte à puce par les banques du GIE Cartes Bancaires sur le marché français en 1986 et sa généralisation sur les cartes bancaires françaises en 1993, a réduit ainsi le taux de fraude de 50 % en moins de quatre ans. En effet, les technologies cryptographiques plus ou moins complexes localisées sur la puce permettent de garantir un niveau de sécurité élevé. Les auditions ont confirmé que l'innovation technologique est centrale dans le développement de la filière carte à puce et la stratégie des acteurs, car les capacités des cartes à puce évoluent au rythme de la microélectronique.

Même si le marché de la carte bancaire à puce ne représente plus désormais qu'une part minoritaire du marché face aux cartes à puce de la téléphonie mobile (3,5 milliards produites en 2008[19]) on estime encore à cette même date à 640 millions le nombre de cartes à puce à vocation bancaire fabriquées dans le monde dont la moitié par des industriels français. C'est également un marché à forte composante sécuritaire et les développements réalisés pour atteindre les objectifs de sécurité permettent des innovations à d'autres points de la filière.

La maîtrise de la technologie sur cette partie de la filière permet d'irriguer d'autres secteurs utilisateurs de puce et en amont et en aval de créer de la richesse et des emplois, tant au niveau de la recherche, que de la fabrication, de la vente de services associés, dans de

[19] *Source : Rapport « Dimensions économique et industrielle des cartes à puce » Novembre 2009 DELOITTE NODAL CONSULTA pour le pôle interministériel de prospective et d'anticipation des mutations économiques (PIPAME)*

grandes entreprises ou dans des PME innovantes. Au total on estimait en 2008 à 10 000 emplois en France le poids de la filière carte à puce.

Le secteur est très concentré et les quatre grands du secteur (Gemalto, Oberthur, Sagem Orgat Giesecke & Devrient) détiennent 80 à 90 % du marché mondial : le Français Gemalto est leader avec plus de 40 % de parts de marché en volume de cartes à puce. Au total on estime à 60 % la part de marché mondiale des industriels français sur la carte à puce.

Les groupes français et allemands restent leaders sur ce marché. Ainsi, les standards de sécurité demandés par le GIE CB en France, ont largement influencé la norme européenne et mondiale devenue la forme du standard du consortium EMV (EuroPay MasterCard Visa).

Par ailleurs, en complément à l'industrie de la carte, une industrie des terminaux de paiement a pu se développer en France. Ainsi, avec près d'1 milliard d'euros de chiffre d'affaires, la société Ingenico[20] est devenue l'un des trois groupes qui se partagent 90 % du marché mondial des terminaux de paiement à côté de deux sociétés américaines. Elle propose des solutions de paiement comprenant matériels, logiciels et services, capables de s'intégrer à tous les nouveaux scénarios de la transaction sécurisée : terminaux de paiement sécurisés, paiement sans contact ou transactions biométriques etc.

L'adoption préalable des nouveaux procédés et standards dans le pays d'origine de la société est un atout fort pour la pénétration des marchés extérieurs. Force est de constater que peu d'initiatives nouvelles et de grande ampleur ont vu le jour en France sur la période récente. Les entreprises françaises ne peuvent aujourd'hui s'appuyer sur leur marché domestique pour financer des projets importants. Ingenico a ainsi annoncé le 17 janvier 2012 avoir conclu un accord avec PayPal aux États-Unis permettant aux commerces équipés de terminaux Ingenico d'accepter les moyens de paiement de PayPal notamment en faisant 'glisser' les cartes de paiement PayPal (PayPal a passé un accord avec VISA pour émettre des cartes et le titulaire d'un compte PayPal peut demander une carte CB VISA PayPal adossée à un compte bancaire) sur un terminal de paiement Ingenico ou via un numéro de téléphone

[20] *« Avec plus de 15 millions de terminaux en activité dans plus de 125 pays, Ingenico est un acteur majeur des solutions de paiement. Ses 3600 collaborateurs accompagnent les commerçants, les banques et les fournisseurs de services dans l'optimisation et la sécurisation de leur solution monétique, le développement de leur offre de services et l'accroissement de leurs revenus au point de vente. » Source* www.ingenico.com

mobile et un code PIN associé à un compte PayPal (wallet avec téléphone intelligent comme support[21]).

L'industrie française de la carte et ses industries connexes disposent d'un certain nombre d'atouts par rapport à la concurrence qu'il serait souhaitable de préserver par l'adoption précoce de procédés innovants.

- **La maîtrise des normes techniques et de sécurité par les acteurs nationaux peut être affaiblie**

L'industrie française des moyens de paiement a longtemps bénéficié du contrepoids constitué par l'avance technologique des industriels de la carte et des terminaux pour valoriser ses solutions de sécurité des paiements face aux organisation internationales comme Visa ou MasterCard. Cette situation a aidé indirectement à la création d'acteurs nationaux comme la STET dont l'utilisation commune fait qu'en France, on dispose d'une infrastructure très performante et à très bas coût.

La sécurité des paiements entraine la traçabilité des informations liées à la transaction à des fins d'authentification avant la réalisation des transferts de fonds. Ces informations, dans un cadre de valorisation des opérations de transactions peuvent prendre une valeur économique lorsque le paiement est enrichi par l'opérateur d'autres services annexes.

Déjà, l'utilisation imposée de normes de sécurité et leur vérification dans le cadre d'univers purement contractuels, en dehors de tout cadre réglementaire national ou communautaire, peut soulever des interrogations quant aux contrôles exerçables par les autorités.

[21] *Communiqué de presse Ingenico du 17 janvier 2012*

PCI DSS

Créé en 2004 par Visa et MasterCard, le standard PCI DSS (*Payment Card Industry Data Security Standard*) est un ensemble de normes destinées à l'industrie du paiement par carte et utilisées par tous les systèmes internationaux.

PCI DSS appartient désormais à un organisme professionnel indépendant le Conseil des normes de sécurité PCI qui en assure la gestion. Société à responsabilité limitée (LLC) immatriculée dans l'État américain du Delaware, le Conseil des normes de sécurité PCI a été fondé par American Express, Discover Financial Services, JCB International, MasterCard Worldwide et Visa Inc.

Le Conseil des normes de sécurité PCI est devenu un forum international ouvert, lancé en 2006, responsable du développement, de la gestion, de l'éducation et de la sensibilisation aux normes de sécurité PCI, dont : la norme de sécurité des données (DSS), la norme de sécurité des données d'application de paiement (PA-DSS) et les besoins liés au service de saisie du PIN (PED).

Les cinq marques de paiement fondateurs American Express, Discover Financial Services, JCB International, MasterCard Worldwide et Visa Inc ont la même part dans la gouvernance du conseil, participent au même degré au Conseil des normes de sécurité PCI et partagent la responsabilité de l'exécution des travaux de l'organisation. D'autres parties prenantes du secteur sont encouragées à rejoindre le groupe et à examiner les propositions d'ajout ou de modification des normes. Cette organisation est composée de représentants de tous les acteurs du secteur : banques, prestataires de services, fabricants, commerçants et professionnels.

Ses cinq membres fondateurs ont accepté d'incorporer les normes PCI DSS comme fondement des stipulations techniques applicables à chacun de leurs programmes de conformité de sécurité des données. Chaque membre fondateur reconnaît aussi les évaluateurs de sécurité qualifiés (QSA) et les prestataires de services d'analyse agréés (ASV) certifiés par le Conseil des normes de sécurité PCI comme qualifiés pour valider la conformité aux normes PCI DSS.

Aujourd'hui, Visa Europe continue à jouer un rôle de leader avec de nouvelles recommandations pour l'adoption de solutions de chiffrement des données en vue de respecter le standard PCI DSS et d'assurer la sécurité des données du porteur. Le chiffrement des données peut rapidement améliorer le niveau de sécurité, réduire le coût de la mise en conformité et de sa maintenance et apporter la souplesse apte à compléter positivement les mesures de sécurité existantes.

Le Programme AIS (Account Information Security) de Visa Europe fournit conseils et assistance pour la mise en œuvre de PCI DSS par toutes les entités qui acceptent ou traitent des paiements par carte au sein de son pays, selon le plan de migration qu'il a défini (en France, deuxième plan du 11 octobre 2007)

Source http://visa-europe.fr et source https://www.pcisecuritystandards.org

4. POUR UNE STRATÉGIE DES MOYENS DE PAIEMENT EN FRANCE : 20 PROPOSITIONS

Les propositions présentées pour l'avenir des moyens de paiement en France n'engagent que les auteurs du présent rapport dans le cadre de la mission qui leur a été confiée. Elles font suite à l'état des lieux auquel ils ont procédé et aux attentes ou suggestions qu'ils ont recueillies dans le cadre de nombreuses auditions. Le diagnostic auquel ils ont abouti porte sur les atouts et les faiblesses du « modèle français » des moyens de paiement dans le cadre d'une transformation profonde du contexte concurrentiel à l'échelon international.

La stratégie proposée est d'impulser, avec tous les acteurs concernés et sous l'égide des pouvoirs publics, une dynamique de projet pour une ambition nationale en matière de moyens de paiement. Il s'agit, dans un cadre concurrentiel, de répondre à l'évolution profonde et rapide des besoins des consommateurs, des entreprises et du commerce, en favorisant l'innovation industrielle et commerciale, en garantissant la sécurité maximale des paiements et en promouvant des modèles économiques performants pour réduire les coûts des services de paiement et accroître la compétitivité du secteur financier et de l'ensemble de l'économie.

20 propositions sont ainsi présentées pour répondre aux objectifs prioritaires suivants :

- Faciliter les paiements sécurisés en ligne.
- Développer des moyens de paiement en « face à face » modernes, notamment par carte.
- Accélérer et accompagner la réduction du rôle du chèque.
- Encourager des modèles économiques performants, ouverts et concurrentiels.
- Mobiliser la sphère publique.
- Définir et réaliser une ambition nationale.

4.1. FACILITER LES PAIEMENTS SÉCURISÉS EN LIGNE

Un objectif prioritaire est de faciliter les paiements par Internet, en liaison avec le fort développement du commerce en ligne (progression de 22 % du volume des achats en 2011 par rapport à 2010). Il s'agit également de sécuriser au maximum les paiements par Internet afin de lutter contre la fraude, notamment pour les transactions avec des opérateurs situés à l'étranger.

Les propositions en la matière font suite à la proposition de « virement électronique de proximité » présentée par les mêmes auteurs dans leur rapport de juillet 2010 sur la tarification des services bancaires.

Cinq propositions sont présentées :

4.1.1. Faciliter systématiquement l'utilisation du virement bancaire en ligne pour les consommateurs

L'objectif est de garantir la praticité, la rapidité et la sécurité du virement bancaire en ligne, moyen de paiement qui est souvent gratuit pour le consommateur et peut constituer une alternative au chèque, notamment pour les paiements de particulier à particulier. Comme avec un chèque ou un titre interbancaire de paiement (TIP), le consommateur qui paie par virement « garde la main » sur la date du paiement qu'il effectue. Moyen de paiement homologué par le SEPA, le virement est très utilisé dans des pays tels que l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas. Il peut connaître un développement important en France dans le cadre du projet de place évoqué au point 4.1.5. Un recours massif et sécurisé des clients des banques au virement suppose, bien entendu, d'importants investissements de la part des établissements de crédit.

4.1.2. Développer en France, en liaison avec les facturiers, la possibilité pour les utilisateurs d'Internet de payer des factures directement par Internet

L'objectif est de pouvoir payer des factures par Internet, quel que soit le support de paiement utilisé (virement ou carte). Là aussi, cela représenterait une alternative au paiement par chèque, selon une formule déjà pratiquée notamment dans certains pays scandinaves. En outre, là aussi, contrairement à ce qui se passe en cas de paiement d'une

facture par prélèvement automatique, le consommateur garde le choix de la date de son paiement.

4.1.3. Garantir une sécurité maximale des paiements par Internet en généralisant l'utilisation du dispositif 3D SECURE

Pour une sécurité renforcée des paiements par Internet et une lutte efficace contre la fraude, la Banque de France a recommandé l'utilisation du dispositif 3D SECURE qui met en place un « authentifiant » permettant de s'assurer de l'identité du client**. La généralisation progressive et rapide, en concertation avec tous les acteurs concernés, de ce système, en s'inspirant de la situation observée au Royaume-Uni, apparaît indispensable**, en dépit de la réserve de certains grands opérateurs. D'autres, tels que la SNCF, ont déjà adopté le 3D SECURE. Une telle généralisation passe par deux types de mesures : d'une part une harmonisation des modalités d'application de 3D SECURE par tous les établissements de crédit et d'autre part une bonne information préalable des consommateurs et des autres utilisateurs de ce dispositif pour que tout le monde comprenne bien le sens et le fonctionnement des procédures prévues au moment du paiement sécurisé en ligne. Il convient également de veiller à ce que ces procédures permettent aux acheteurs de payer avec un nombre de clics aussi limité que possible. Enfin, il importe de permettre le fonctionnement de ce dispositif sur tous les supports, y compris les « smart-phones ».

4.1.4. Faciliter les transferts de fonds par Internet

L'objectif est de diversifier les moyens de transférer de l'argent à l'étranger, notamment dans les pays faiblement bancarisés, et de réduire les coûts de ces transferts grâce à une concurrence accrue entre prestataires. Il s'agit de permettre au destinataire des fonds transférés de retirer des espèces à un distributeur de billets sans passer par un compte bancaire de dépôt. Pour éviter les fraudes, cela suppose des dispositifs particulièrement bien sécurisés.

4.1.5. Promouvoir, en tant qu'initiative de place, le projet soutenu par la Fédération bancaire française de mettre en place dès 2012 un dispositif interbancaire de paiement par Internet

Ce projet, que la FBF a porté à la connaissance des auteurs du présent rapport, s'appuierait, au choix du client, sur le virement ou la carte. Le client choisirait le compte bancaire à partir duquel il souhaite que le paiement soit effectué. **Ce mode de paiement par Internet, ouvert à tous les établissements de crédit et les établissements de paiement de la place, permettrait non seulement de payer des achats en ligne mais aussi d'effectuer le paiement de factures dématérialisées et de réaliser des paiements de particulier à particulier**. Il s'agit donc d'un projet ambitieux et innovant dont les atouts seraient l'interbancarité, l'universalité et la sécurité. D'autres initiatives doivent être mentionnées telles que les projets des grands réseaux internationaux.

4.2. DÉVELOPPER DES MOYENS DE PAIEMENT EN FACE À FACE MODERNES, NOTAMMENT PAR CARTE

Pour mieux répondre aux besoins des consommateurs et des commerçants et réduire le recours au chèque et aux espèces qui présentent de nombreux inconvénients et sont des moyens de paiement coûteux pour le commerce, les banques et, in fine, les consommateurs, il est proposé, pour les paiements de proximité dans les commerces, d'agir prioritairement dans deux directions :

4.2.1. Développer les paiements par carte de petits montants, notamment dans le commerce de proximité

La réduction de 36 % des commissions interbancaires de paiement décidée par les banques à la suite de la décision de l'Autorité de la Concurrence du 7 juillet 2011, l'engagement pris par les banques à la suite du rapport parlementaire déposé en juillet 2011 par Mme Branget et MM. Debré et Mallié de diminuer les « commissions commerçants » sur les paiements par carte bancaire et de mettre en place une transparence accrue pour les commerçants grâce au récapitulatif annuel des frais d'encaissement par carte (RAFEC), vont dans ce sens. Il en est de même pour la réduction des coûts de télécommunication liés à une transaction par carte, qui est essentielle pour les commerçants et sur laquelle les banques se

sont engagées à proposer de nouvelles offres. Une commission commerçant réduite sur les paiements par carte de moins de 15 euros en contrepartie d'une acceptation de ces transactions par les commerçants et une réduction de commission pour les commerçants qui enregistrent un faible volume de transactions par carte constituent également des avancées décisives.

Il y aura lieu de vérifier que le nouveau modèle ainsi défini fonctionne et répond bien à la demande des commerçants et de leurs clients pour remplacer les paiements en espèces dont le coût de gestion apparaît insuffisamment valorisé.

Une montée en puissance rapide du volume des transactions de petits montants réglées par carte pourrait permettre de réduire encore davantage les commissions commerçants et de répercuter en partie la baisse de l'interchange sur les consommateurs.

D'autres moyens de paiement que la carte bancaire peuvent également être encouragés en matière de paiements de proximité : cartes privatives, cartes prépayées, mobile...

4.2.2. Développer les paiements sans contact

Dans le monde, les paiements sans contact (technologie NFC notamment) se développent rapidement, notamment, mais pas seulement, dans le domaine des transports publics. Ils reposent sur la carte ou le mobile. La France a du retard dans ce domaine, ce qui pourrait devenir un handicap pour son industrie si celle-ci ne pouvait pas se développer suffisamment sur son marché domestique.

Dans plusieurs régions, des expériences très intéressantes ont été réalisées ou sont en cours.

L'essor de ces paiements, d'ores et déjà rendu possible par l'équipement NFC réalisé ou en cours d'une partie du parc des terminaux de paiement électronique, ainsi que des cartes bancaires et des cartes SIM de mobiles, est très attendu notamment dans la grande distribution, compte tenu de la fluidité que cela entraîne aux caisses et des économies qui peuvent en résulter. Le rapport parlementaire précité a ainsi proposé que lors du renouvellement d'un terminal au titre du contrat de location conclu par le commerçant avec sa

banque, une subvention du coût d'adaptation au « sans contact » à hauteur de 50 % avec un minimum de 30 euros soit mise en place par les banques.

L'essor proposé du paiement sans contact passe nécessairement par des technologies adaptées et des garanties impératives de sécurité.

4.3. ACCÉLÉRER ET ACCOMPAGNER LA RÉDUCTION DU RÔLE DU CHÈQUE

Le rapport sur l'utilisation du chèque en France établi sous l'égide du Comité consultatif du secteur financier (CCSF) par Edgar, Dunn & Company et publié en janvier 2011 a montré à la fois l'étendue de l'usage du chèque par les particuliers, les professionnels et les entreprises, la diminution progressive et générale de cet usage ainsi que son coût global élevé (voir annexe 5).

Si la suppression du chèque ne peut pas être à l'ordre du jour, une régression ordonnée et accélérée, de son utilisation apparaît indispensable en liaison avec les nouvelles offres faites aux consommateurs en matière de moyens de paiement. Il convient également d'éviter un recul « anarchique » du chèque qui est de plus en plus exclu comme moyen de paiement chez de nombreux commerçants et en ligne. En outre, compte tenu du coût global élevé du chèque pour les banques, le commerce et les particuliers (frais postaux, incidents de paiement…) cette régression apparaît comme l'un des principaux gisements d'économies pour dégager des marges de manœuvre en faveur des moyens de paiement modernes.

Quatre propositions sont présentées à cet égard :

4.3.1. Fixer au plan national pour 2017 un objectif intermédiaire de réduction de moitié en cinq ans du nombre de chèques émis en France

Cet objectif correspond à une diminution de l'ordre de 10 % par an, au lieu d'un rythme actuel de 4 à 5 %.

4.3.2. Partir de l'étude du CCSF sur l'utilisation du chèque et mettre en place un accompagnement approprié de chacune des catégories professionnelles et de chacun des groupes sociaux concernés

L'objectif est de faire en sorte que l'utilisation du chèque puisse être progressivement remplacée par un autre moyen de paiement. **Il s'agit de sensibiliser à cet objectif les organisations professionnelles, syndicales, familiales… en produisant une information adaptée et en les incitant à prendre des engagements concrets et datés pour faciliter l'utilisation de moyens de paiement répondant mieux aux besoins de leurs mandants ou de leurs membres que le chèque**.

4.3.3. Afin de faciliter cette évolution, maintenir, à titre transitoire et au moins jusqu'en 2016, le titre interbancaire de paiement (TIP)

En effet, le TIP peut être utile notamment aux personnes prêtes à renoncer au chèque mais qui ne sont pas disposées à passer au prélèvement automatique car elles souhaitent conserver le choix de la date de leur règlement.

Aussi le CCSF et le Comité National SEPA se sont-ils clairement prononcés pour un maintien du TIP en France au moins jusqu'en 2016. L'accord intervenu au Conseil des Ministres de l'Union européenne le 28 février 2012 sur le règlement européen dit « *end date* » prévoit que les produits de « niche » dont le TIP fait partie bénéficient d'un dispositif transitoire jusqu'au 1er février 2016.

4.3.4. Garantir l'avenir des prélèvements automatiques dans le cadre du passage au débit direct SEPA (SDD)

Les prélèvements automatiques doivent, dans le cadre du SEPA, passer au prélèvement débit direct (SDD) d'ici le 1er février 2014. **Il est important, pour éviter tout risque de retour au chèque, que le SDD réponde bien aux besoins des consommateurs, des facturiers, des banques et de l'État, comme c'est le cas actuellement avec le prélèvement automatique**.

Pour cela, il faut notamment que le modèle économique du SDD, privé de commission interbancaire de paiement dès février 2014, soit viable et que le SDD puisse se substituer sans

heurt au prélèvement automatique, comme le virement SEPA remplace progressivement le virement classique. Compte tenu de la part importante des prélèvements automatiques dans les paiements en France (20 % du nombre total des paiements), il s'agit là d'un dossier prioritaire et urgent qui exige une concertation et une communication renforcées.

4.3.5. Dématérialiser divers dispositifs de chèque

Il s'agit de dispositifs spécifiques de chèque tels que les chèques déjeuners et tickets restaurants, chèques-vacances… **Cette proposition s'inscrit dans le cadre général de la dématérialisation des moyens de paiement. Elle permettrait de réduire les coûts de gestion de ces systèmes-chèques, coûts supportés par les utilisateurs**. Il conviendrait, bien entendu, de veiller à ce que ces dématérialisations conservent à ces dispositifs leur souplesse d'utilisation.

4.4. ENCOURAGER DES MODÈLES ÉCONOMIQUES PERFORMANTS, OUVERTS ET CONCURRENTIELS

La question du modèle économique est centrale pour les moyens de paiement en Europe, qu'il s'agisse de l'avenir des moyens de paiement existants, comme la carte de paiement, ou du développement de nouveaux moyens de paiement, comme le mobile.

La remise en cause par les autorités européenne et française de la concurrence des commissions interbancaires de paiement, l'arrivée sur le marché de puissants acteurs extérieurs à l'Union européenne et la difficulté pour les innovations les plus prometteuses de percer sur le marché en l'absence de taille critique et d'investissements suffisants bouleversent les perspectives d'avenir des moyens de paiement.

Les propositions des auteurs du rapport sont les suivantes :

4.4.1. Créer les conditions pour investir à long terme

Le développement des moyens de paiement, qu'il s'agisse de la modernisation des moyens existants tels que la carte ou de l'essor de moyens nouveaux tels que le mobile, dans un contexte où le e.commerce joue un rôle croissant, repose sur d'importants besoins d'investissement à long terme.

En effet, la maintenance des grands systèmes de paiement suppose de lourds investissements, notamment dans le domaine de la sécurité. Par ailleurs, les nouveaux investissements, qu'il s'agisse de plateformes d'infrastructures ou de nouveaux systèmes de paiement, exigent pour être rentables des volumes minima importants d'opérations et un déploiement national et européen coûteux. Or la rentabilité de tels investissements dans un marché mature est liée à une certaine stabilité et à une bonne lisibilité du cadre réglementaire et prudentiel et des règles du jeu (« *level playing field* »), en particulier au niveau européen. Ainsi, la réussite du système STET apparaît exemplaire.

S'agissant du cadre juridique de développement des nouveaux investissements, il convient, par exemple, de souligner l'importance qui s'attache à ce que soit transposée en droit français le plus rapidement possible la nouvelle directive européenne du 16 septembre 2009 sur la monnaie électronique, car c'est un texte nécessaire à la bonne mise en place des opérations de monnaie électronique (cartes prépayées…)

Aussi est-il proposé d'examiner entre tous les acteurs concernés les moyens de favoriser les investissements à long terme avec un horizon de cinq à dix ans, grâce notamment à une stabilité suffisante du modèle économique et du cadre réglementaire (voir point 4.6.)**. Il est également proposé d'engager au niveau européen une action d'harmonisation internationale des exigences réglementaires applicables aux moyens de paiement**.

4.4.2. Promouvoir l'innovation

Avec l'intégration de la puce électronique, la France est à l'origine d'une des principales innovations mondiales en matière de carte de paiement.

Il en est résulté des entreprises performantes, une industrie qui occupe le premier rang mondial dans ce secteur (cartes à puce, terminaux de paiement électroniques, cartes SIM) et un marché français de la carte qui figure parmi les premiers du monde.

Aujourd'hui, en dépit de projets-pilotes et d'expérimentations très intéressantes, notamment dans les domaines du paiement par mobile et des paiements sans contact, les capacités françaises d'innovation dans ce secteur apparaissent menacées et les financements publics et privés dédiés à l'innovation insuffisants.

Il est proposé de renforcer les pôles d'innovation et le rôle clé des PME apparaît indispensable sous l'égide notamment de l'ADEN[22], de Paris Europlace, de l'AFEPAME[23]. Il y a lieu également d'appuyer les stratégies de développement des grands industriels prestataires de services qui sont aussi de grands exportateurs.

4.4.3. Développer de nouveaux services associés aux paiements

Face à une pression concurrentielle croissante et à une demande des utilisateurs pour que leur soient fournies les transactions de paiement à des prix aussi faibles que possible, voire à titre gratuit ou quasi gratuit, c'est le développement de nouveaux services associés aux paiements qui justifiera de plus en plus la facturation de certains paiements. **Aussi ce développement de nouvelles offres de services à proposer aux consommateurs, aux commerçants et aux entreprises apparaît-il comme une voie de croissance prioritaire pour les établissements de crédit et les établissements de paiement et de monnaie électronique**. Une telle orientation est d'autant plus opportune que c'est la voie de pénétration choisie par de grands entrants sur le marché français des paiements tels que Paypal, Google ou Facebook.

C'est en même temps une préoccupation forte des consommateurs que le stockage et l'utilisation des données personnelles liées aux paiements respectent les règles de confidentialité de ces données et de protection des libertés individuelles.

4.4.4. Défendre les avantages de l'interbancarité

L'essor des paiements par carte, et notamment par carte bancaire, et du rôle des distributeurs automatiques de billets (DAB) s'est fait en France dans un cadre interbancaire d'interopérabilité auquel les consommateurs et, très largement, les commerçants et la communauté bancaire de place sont très attachés. Si la discussion, au nom de la concurrence, sur le niveau des commissions interbancaires de paiement peut être justifiée, la remise en

[22] Association pour le développement de l'Économie Numérique en France (ADEN)

[23] Association française des établissements de paiement et de monnaie électronique (AFEPAME)

cause de l'interbancarité elle-même, en tant que service apporté aux consommateurs, pourrait porter atteinte à un modèle français considéré en général comme « gagnant-gagnant ».

Il est donc, proposé d'aménager, en fonction de l'évolution des coûts supportés par les banques, le niveau des commissions interbancaires de paiement, afin de répondre à un certain nombre d'objections, et de continuer à défendre fermement le principe de ces commissions auprès notamment de l'Union européenne. L'interbancarité apparaît, en effet, comme un gage d'universalité des paiements et une garantie de sécurité de ces paiements.

4.4.5. Encadrer la « surfacturation » (*surcharging*)

La possibilité de « surfacturation », c'est-à-dire le fait de permettre aux commerçants de demander, au moment de la vente d'un bien ou d'un service, un supplément de prix lié à l'utilisation du moyen de paiement autre que les espèces, en particulier du type de carte, constitue un facteur de concurrence entre moyens de paiement, même si l'impact de cette différenciation reste très limité. Il s'agit d'une pratique autorisée par la Directive sur les services de paiement et répandue dans divers pays européens tels que la Belgique. En France, alors même que la surfacturation est interdite, la pratique se développe sur Internet, notamment pour les achats de billets d'avion en ligne.

L'ordonnance du 15 juillet 2009 de transposition de la directive européenne des services de paiement a prévu qu'un décret était nécessaire pour permettre et encadrer la « surfacturation » en France.

Tout en reconnaissant le désaccord des consommateurs et celui des banques, avec une telle nouvelle mesure, **les auteurs du présent rapport proposent qu'un tel décret soit préparé, avec les consultations nécessaires. Il s'agirait d'encadrer effectivement et donc de limiter l'impact de la surfacturation, plutôt que de la laisser se développer de façon 'sauvage'**. Cela ne doit pas conduire les consommateurs à réduire l'utilisation de la carte mais à éviter des pratiques abusives.

En tout état de cause, conformément à l'article 19 de la directive européenne 2011-83 du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, les professionnels ne peuvent pas

facturer des frais pour utilisation d'un moyen de paiement qui soient supérieurs à ceux qu'ils supportent.

4.5. MOBILISER LA SPHÈRE PUBLIQUE

Engagée à partir de 2004 dans le cadre des orientations convenues au CCSF, la modernisation des paiements de l'État et des collectivités territoriales ainsi que de leurs établissements publics a déjà obtenu des résultats significatifs. Ainsi, les impôts sont en majorité réglés par prélèvement automatique mensuel ou à l'échéance, par téléréglement ou par carte bancaire. S'agissant des services publics locaux, (cantines, hôpitaux, piscines…) la direction générale des Finances publiques du ministère du Budget, des Comptes publics et de la Réforme de l'État a incité, y compris financièrement, les collectivités territoriales à s'équiper de terminaux de paiement électroniques pour accepter les paiements par carte. De plus, nombre de factures, notamment des quittances de loyer dans le secteur HLM, sont désormais réglées par prélèvement automatique périodique.

Toutefois, pour les paiements dus à l'État ou aux collectivités locales et à leurs établissements publics, le chèque garde une place importante.

Par ailleurs, pour les paiements qu'elle effectue, la sphère publique dans son ensemble (État, collectivités territoriales et sphère sociale) est en train, sous l'égide du Comité Interministériel des moyens de paiement européens (CIMPE), de basculer massivement vers les virements SEPA, entraînant progressivement le secteur privé à sa suite.

La poursuite de la modernisation des paiements reçus et acceptés par les administrations, notamment dans le cadre du SEPA, par exemple pour remplacer les prélèvements par des débits directs (SDD) exige, compte tenu du volume important de paiements concernés, des délais suffisants. D'où l'intérêt, par exemple, du maintien du TIP à titre transitoire (voir point 3.3).

Afin de poursuivre très activement la modernisation en cours et d'accélérer notamment la diminution du rôle du chèque dans les paiements de l'État et du secteur public, il est proposé deux types d'action avec pour objectif souhaitable la suppression des paiements papier à compter de 2014-2015 :

4.5.1. Accélérer fortement les efforts d'équipement des administrations locales et des établissements publics en terminaux de paiement électronique pour l'acceptation des cartes bancaires

Cet objectif, déjà mis en œuvre par la direction générale des Finances publiques au cours des dernières années, apparaît essentiel pour accompagner la régression du rôle du chèque. Il pose, bien entendu, le problème de la charge de financement de ces efforts. Aussi de nouveaux partenariats mériteraient-ils d'être étudiés pour faciliter le déploiement des terminaux nécessaires.

4.5.2. Encourager les paiements en ligne au sein de l'administration

Cet objectif permettrait d'organiser la migration progressive des TIP et des télérèglements vers des instruments « SEPA compatibles ». Il conviendrait de l'inscrire dans une perspective à moyen terme sur la base des propositions faites pour le développement de paiements sécurisés en ligne (voir points 4.1.1. à 4.1.3. et 4.1.5.)

4.6. DÉFINIR ET RÉALISER UNE AMBITION NATIONALE

Pour une stratégie française efficace des moyens de paiement du futur, les auteurs du présent rapport estiment important que celle-ci s'inscrive dans le cadre d'une ambition nationale et qu'elle soit portée par une dynamique de projet.

Cette ambition nationale pourrait s'intituler « Paiements 2016 ». Elle serait le fruit des orientations résultant d'un dialogue constructif entre tous les acteurs concernés : consommateurs et autres utilisateurs des moyens de paiement, établissements de crédit, de paiement et de monnaie électronique, commerçants, industriels, experts d'Internet… Ce projet comporterait un échéancier de réalisation des actions prioritaires retenues, une évaluation des moyens nécessaires, une répartition de la charge de financement et un dispositif de suivi.

« Paiements 2016 » pourrait être lancé lors d'**Assises des Paiements** organisées à l'automne 2012 par le CCSF dans un cadre élargi à toutes les parties prenantes et sous l'égide du Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie ainsi que du Gouverneur de la Banque de France.

ANNEXES

Liste des annexes

Annexe 1	Lettre de mission……	111
Annexe 2	Liste des personnalités auditionnées……	115
Annexe 3	Note d'information sur PAYPAL……	123
Annexe 4	Le système de paiement néerlandais iDEAL……	129
Annexe 5	Synthèse de l'étude « L'utilisation du chèque en France »	137

Annexe 1

Lettre de mission adressée à Messieurs PAUGET et CONSTANS

Lettre de mission adressée à Messieurs PAUGET et CONSTANS

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

LE MINISTRE

Paris, le 31 MARS 2011

Monsieur le Président,

Les moyens de paiement traversent une période de profondes mutations en Europe. Les innovations technologiques se multiplient dans un contexte de forte évolution des comportements des consommateurs avec, notamment, le développement du commerce sur Internet ou de la banque en ligne.

Au plan réglementaire, la mise en place de l'Espace unique européen des paiements (SEPA) constitue un changement d'échelle sans précédent qui conduit les acteurs à réaliser des investissements importants et structurants pour les années à venir. L'entrée en vigueur de la directive sur les services de paiement (DSP) a remanié leur cadre juridique et largement ouvert ce marché à de nouveaux établissements non bancaires. Les procédures en cours devant les autorités de la concurrence tant nationales qu'européenne pourraient également aboutir à une remise en cause fondamentale des modèles économiques sur lesquels repose aujourd'hui le fonctionnement des moyens de paiement.

Parallèlement, l'étude réalisée par le Comité consultatif du secteur financier relative à l'utilisation du chèque en France montre que, tout en diminuant, l'utilisation du chèque demeure très répandue et qu'un nombre significatif de consommateurs et d'entreprises notamment PME restent profondément attachés à ce moyen de paiement.

Dans cet environnement, il me semble indispensable que les consommateurs aient accès, pour réaliser leurs paiements, à des moyens modernes et simples d'utilisation, offrant un service à la fois efficace, sûr et à moindre coût.

A plusieurs égards, la gamme des moyens de paiement offerts aujourd'hui en France ne remplit pas pleinement ces objectifs comme en témoigne notamment le niveau encore élevé du recours au chèque qui n'existe presque plus chez la plupart de nos partenaires européens.

Nous devons donc, dans les mois qui viennent, réussir à faire en sorte que les bouleversements que l'industrie des services de paiement s'apprêtent à connaître soit l'occasion d'enrichir la gamme des moyens de paiement offerts aux Français tout en s'assurant que ces transformations ne fragilisent pas la confiance que les consommateurs et les entreprises ont dans leurs moyens de paiement.

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE

Face à ces défis, la responsabilité première incombe à l'industrie française des services de paiement qui doit faire la preuve de sa capacité à innover en prenant en compte les contraintes et les besoins tant des consommateurs que des entreprises. Le formidable succès rencontré en France par la carte de paiement a démontré qu'elle en était capable. Il ne faut cependant pas que cette réussite ralentisse le développement de nouveaux moyens de paiement, à partir de la carte ou d'autres vecteurs, comme le téléphone mobile par exemple.

Je souhaite que les pouvoirs publics apportent leur contribution en donnant des orientations à l'ensemble des parties prenantes au moment où se prennent les décisions qui structureront le marché des paiements pour de longues années. D'ores et déjà, le Comité consultatif du secteur financier a engagé des concertations entre les parties prenantes qui devraient faciliter les décisions à prendre au plan national. En liaison avec ces travaux, j'ai souhaité vous confier une mission qui doit préparer la position des pouvoirs publics sur ces questions.

Cette mission devra notamment remplir les objectifs suivants :

1/ Faire un état des lieux de l'usage des moyens de paiement en France aujourd'hui en analysant pour chacun d'entre eux le modèle économique, la nature de l'offre et de la demande, les coûts directs et indirects pour toutes les parties prenantes, les tarifs pratiqués, leurs conditions de sécurité et les besoins auxquels ils répondent. Ce panorama permettra de mener une analyse des avantages et des inconvénients de chacun d'entre eux.

2/ Analyser les changements, positifs et négatifs, qui vont affecter les moyens de paiement dans les années qui viennent et identifier les différents facteurs de risque qu'il faut anticiper. La remise en cause des modèles économiques de certains d'entre eux, notamment celui des cartes de paiement, fera l'objet d'une attention toute particulière. Les risques liés à la mauvaise information des consommateurs ou à des pratiques commerciales déloyales à leur égard à la faveur des bouleversements technologiques à venir seront également étudiés et des solutions pour y remédier proposées.

3/ Identifier les évolutions nécessaires des moyens de paiement existant et les innovations qui permettraient d'en créer de nouveaux afin de mieux satisfaire les besoins des consommateurs et des entreprises tout en améliorant la sécurité et en réduisant les coûts pour l'ensemble des parties prenantes de manière équitable. Sur ce point l'analyse devra également pointer les obstacles de toute nature qui empêcheraient la mise en œuvre de ces innovations et proposer des solutions pour les lever.

Je vous remercie, d'avoir accepté cette mission. Je vous demande de bien vouloir y associer tous les acteurs du marché des paiements mais aussi l'ensemble des parties prenantes (consommateurs, établissements bancaires, entreprises, professionnels du commerce) pour la construction d'un consensus le plus abouti possible.

Dans la réalisation de votre mission, vous pourrez notamment vous appuyer sur mes services (DG Trésor).

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'assurance de ma considération distinguée.

Christine Lagarde

Annexe 2

Liste des personnalités auditionnées

Liste des auditions

ACP	**NOUY Danièle** Secrétaire général **PESIN Fabrice** Secrétaire général adjoint **de GANAY Henry** Directeur des services juridiques **VISNOVSKY Frédéric** Secrétaire général adjoint **LEVY-RUEFF Guy** Directeur adjoint Direction des Études **SELLIER Cécile** Directeur adjoint Contrôle des pratiques commerciales
AFEPA **AQOBA**	**LANXADE Thibault** Président AFEPA Président-Directeur général AQOBA
AFOC	**GERVAIS Valérie** Secrétaire générale **MONDANGE Hervé** Juriste
AFUB	**MAÎTRE Serge** Président **JACQUOT Marie-Anne** Secrétaire général adjoint
ASSOCIATION FRANÇAISE DU SANS CONTACT MOBILE	**DURAND Didier** Directeur Services Mobiles sans contact
ASF	**PALLE-GUILLABERT Françoise** Déléguée générale **LASSERON Alain** Délégué général adjoint **ALAURENT Marc** Directeur paiements, innovations LASER COFINOGA **LANGLOIS François** Directeur relations institutionnelle BNP Personal Finance

ATOS Consulting	**GADOU Thierry** Directeur Général
ATOS Origin	**GRAPINET Gilles** Directeur Général adjoint **DESPORTES Marc-Henri** Vice Président High Technologie Transactionnal Services
AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE	**LASSERRE Bruno** Président **BEAUMEUNIER Virginie** Rapporteure générale **NOUEL de BUZONNIÈRE Cédric** Rapporteur **SUBREMON Sarah** Rapporteure
BAIN	**LIOLIAKIS Nicolas** Associé département Finances **FRANZEN Fabrice** Partner Practise Finances **TADIE Christophe** Partner Practise Finances
BANQUE DE FRANCE	**OPHÈLE Robert** Directeur général des Opérations **MATHÉRAT Sylvie** Directeur Général adjoint des Opérations **GOFFINET Geoffroy** Chef du service de la Surveillance des moyens de paiement scripturaux **STERVINOU Alexandre** Adjoint au chef de service SMPC
BNP Paribas	**VILLEROY de GALHAU François** Responsable banque de détail en France **ASSERAF Delphine** Responsable Développement commercial Banque en ligne **DUBOST Willy** Directeur du Département monétique
BNP Paribas **FBF**	**CLAMON Jean** Délégué général
BPCE	**KLEIN Olivier** Directeur Général en charge Banque commerciale et Assurance
BUYSTER	**GONTIER Éric** Directeur général **BENSIMON Ari** Directeur administratif et financier

CAP GEMINI Group	**LAVAYSSIÈRE Bertrand** Directeur général Global Financial Services
CAP GEMINI Consulting	**WEIMERT Martina** Vice-Présidente Financial Services
CASA	**de LAAGE Bruno** Directeur général délégué en charge de la Banque de proximité et des Services financiers spécialisés **KIREN Jean-Christophe** Directeur Pôle Systèmes de paiement et Flux **SAINCTAVIT Jacques** Responsable Analyses stratégiques groupe **VIGUIER Narinda** Secrétaire général Pôle Systèmes de paiement et Flux
CGPME	**ROUBAUD Jean-François** Président **LABET Pascal** Directeur Affaires économiques et fiscales **COHEN-HADAD Bernard** Président Commission Financement des entreprises
CIMPE Comité interministériel pour les moyens de paiement européens	**BEAUVOIS-SANDRAS Jocelyne** Rapporteur général
CLCV Confédération de la consommation, du logement et du cadre de vie	**MADER Reine-Claude** Présidente
CONSEIL DU COMMERCE DE FRANCE	**MOSCONI Jean-Marc** Délégué général Mercatel **de LAVIT Xavier** Directeur financier Leroy Merlin
CRÉDIT MUTUEL – CIC	**BAAL Daniel** Directeur Général Caisse fédérale de Crédit mutuel – Réseau IdF **CAFFET Marie-Christine** Directrice développement et communication
CRÉSUS	**KIEHL Jean-Louis** Président **CORDELIER Gérard** Président Crésus Bourgogne

DGCCRF	**HOMOBONO Nathalie** Directrice générale **GRAS Alain** Sous-Directeur
EdF	**LABBÉ Gilbert** Directeur division Trésorerie, financement intra-groupe
EUROPLACE	**de LANCQUESAING Édouard** Senior Advisor
EDGAR DUNN & Cie	**BURG Pascal** Associé France
FCD	**CREYSSEL Jacques** Délégué général **JOGUET Philippe** Responsable Réglementations et Développement durable **CORBILLON Philippe** Directeur de la trésorerie du groupe Auchan **LECONTE Marc** Directeur de la trésorerie du groupe Carrefour
FEVAD	**MONBOISSE François** Président Conseil d'administration
FBF	**OBOLENSKY Ariane** Directrice générale **DUBOST Willy** Directeur du département systèmes et moyens de paiement
FRANCE-TÉLÉCOM	**THIBAUD Jean-Michel** Directeur Financement et Trésorerie
GEMALTO Technologies	**CAMBRIEL Philippe** Vice-Président exécutif Division Transactions sécurisées
GIE CB	**GUITTON Gilles** Président Conseil de direction
INSEE	**LHÉRITIER Jean-Louis** Chef du département des prix à la consommation, des ressources et conditions de vie des ménages **GUÉDÈS Dominique** Chef division des prix à la consommation
LA BANQUE POSTALE	**MOATÉ Didier** Directeur des Activités de la Banque de détail **DRAGON Jean-Marie** Argent au quotidien
LCL	**DUVILLET Christian** Directeur général

MASTERCARD	**PETIT Emmanuel** Président-Directeur général Mastercard France **COUFFIGNAL Patrice** Directeur des relations nationales et internationales **SVENSSON Conny** Responsable des affaires publiques en Europe pour MasterCard Europe **ESPITALIER-NOËL Ludovic** Conseiller en affaires publiques
Mc KINSEY	**MIESZALA Jean-Christophe** Directeur général **FONTAINE Julien** Directeur associé
ORANGE	**DURAND Didier** Directeur Service Mobiles sans contact ORANGE France **LE SOBRE Christophe** Responsable Relations bancaires et Organisation méthodes France Télécom
PAYPAL	**HOFFMANN Alexandre** Directeur général **WEIBEL Fabienne** Responsable des relations institutionnelles Europe
PW Group	**WAJSBROT Patrick** Président
ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS	**ANGOULVANT Christophe** Senior Partner
SECOURS CATHOLIQUE	**BERNARD Alain** Responsable du Département Emploi et économie solidaire
SFR	**VAN BUTSELE Corinne** Directeur Financement, Trésorerie et Assurances
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE	**SAMMARCELLI Jean-François** Directeur Général délégué **BLAVET Yves** Directeur des instruments de paiement
STET	**BERRY Jean-Pic** Directeur général
THE BOSTON CONSULTING GROUP	**CHAPUIS Jacques** Senior Partner & Managing Director **HARLÉ Nicolas** Partner

UFC Que Choisir	**CHIPOY Maxime** Chargé de mission Finances **PEREZ Nicole** Administratrice nationale
UNAF	**REVENU Nicolas** Coordonateur économique
VISA Europe	**NEBOUY Gérard** Directeur général **M. MENIER** Deputy CEO

Annexe 3

Note d'information sur PAYPAL

PAYPAL

Historique et positionnement

Filiale de PayPal Inc., société de droit américain, PayPal Europe est un établissement de crédit agréé au Luxembourg et offrant des services de paiement en ligne à l'attention des commerçants et des particuliers.

En Europe, « PayPal (Europe) SARL & Cie, S.C.A est un établissement de crédit sous licence du Luxembourg, conformément à l'article 2 de la loi du 5 avril 1993 sur le secteur financier et son amendement, et est soumis au contrôle de l'autorité luxembourgeoise en vigueur, la Commission de Surveillance du Secteur Financier, sis L-1150 à Luxembourg. Le service se limitant à la monnaie électronique, ce qui ne le qualifie pas de service de dépôt ou d'investissement aux termes du code monétaire et financier, les clients de PayPal ne sont pas protégés par les programmes de garantie des dépôts financiers du Luxembourg, assurés par l'Association pour la Garantie des Dépôts Luxembourg (AGDL). En France PayPal exerce aux termes du passeport européen en libre prestation de service.

Créé suite à la fusion de deux entreprises en 2000 (Confinity et X.com), PayPal Inc. est acheté par le Groupe eBay en 2002 afin d'offrir aux clients de cette plateforme d'enchères un système de paiement alternatif au mode de règlement par carte de paiement.

PayPal a connu depuis lors une importante croissance et a étendu son périmètre d'utilisation en dehors des entités du groupe, notamment auprès des commerçants pour l'acquisition de paiements et des particuliers pour les transferts d'argent.

Fonctionnement

Pour les commerçants

Afin de bénéficier des services proposés par PayPal à titre professionnel, le commerçant doit préalablement souscrire un contrat de services.

Ce contrat prévoit de mettre à disposition du commerçant :

- une plateforme d'acquisition d'opérations de paiement, celle-ci pouvant être, ou non, intégrée au site Internet du marchand ;

- un compte de paiement sur lequel sont versés les fonds des opérations exécutées.

La plateforme de paiement mise à disposition du commerçant permet à un particulier de saisir lors d'un achat les coordonnées d'une carte de paiement (numéro de la carte, date d'expiration, cryptogramme visuel) afin de réaliser une transaction. Cette opération est au bénéficie de PayPal, lequel reverse les fonds sur le compte de paiement du commerçant tenu dans ses livres. En général les commerçants acceptant ce mode de paiement transfèrent en fin de journée les sommes de leur compte PayPal sur leur compte bancaire. Le solde moyen d'un compte PayPal serait de 15 euros environ pour 100 millions de comptes actifs.

Pour les particuliers

PayPal propose également aux particuliers de créer préalablement à un achat un compte utilisateur. La création de ce compte permet notamment de ne plus avoir à renseigner les coordonnées de la carte de paiement, donnée une fois pour toute au moment de la création du compte, mais uniquement l'identifiant et le mot de passe de ce compte lors d'un paiement. L'email, communiqué lors de la création du compte, sera utilisé d'une part pour les échanges entre PayPal et l'utilisateur et d'autre part comme référence client notamment lors de son identification au moyen d'un code secret. C'est l'association de l'identifiant au code qui permet de mener à bien la transaction.

Afin d'utiliser un compte pour réaliser un paiement, le particulier doit préalablement alimenter son compte de paiement :

- en réalisant un virement au bénéfice du compte de paiement ;

- ou en autorisant PayPal à réaliser une ou plusieurs opérations de prélèvement sur un compte bancaire tiers au bénéfice du compte de paiement PayPal ;

- ou encore en invitant l'acheteur à renseigner les coordonnées d'une carte de paiement, laquelle sera utilisée pour son achat (dans les faits, l'opération de paiement par carte

alimente du montant requis le compte PayPal de l'acheteur, le commerçant étant payé ensuite par virement interne à PayPal de ce compte vers le sien).

Outre les paiements avec les marchands PayPal propose aux particuliers préalablement enregistrés de réaliser des transactions d'envois d'argent entre eux. Les mécanismes ci-dessus restent valables dans ce contexte.

Modèle économique

Le modèle économique de PayPal repose principalement sur la mise en place de commissions commerçant calculées en fonction du montant des opérations. Dans un contexte d'opérations entre particuliers et commerçants, ces commissions varient entre 1,4% et 3,4% du montant de la transaction, ce qui est sensiblement plus cher que les transactions par carte de paiement classiques (de l'ordre de 0.8%).

Sécurité du moyen de paiement

Enfin, il est à noter que PayPal a un positionnement marketing axé sur la sécurité du paiement en ligne en mettant en avant l'utilisation des comptes PayPal par les particuliers et commerçants, ce qui induit une connaissance accrue de ses clients. PayPal a ainsi développé des outils de scoring des transactions et d'analyse des comportements lors des achats, à l'image de ce que les e-commerçants font dans le domaine des paiements par carte en ligne.

Les systèmes utilisés ne sont pas publics mais la société communique un taux de fraude de 0,15 à 0,20 % alors même que 25% de ses transactions sont transfrontières, contre un taux nettement supérieur chez Visa/Eurocard MasterCard.

Pour autant la garantie est de fait celle apportée par la carte bancaire puisque le dénouement de la transaction se fait par débit du compte carte du client, en dehors du cas plus complexe où la transaction a eu lieu sur Ebay et où s'ajoute la garantie de bonne fin de la transaction fournie par cette société à ses clients.

Cependant, en cas de vol des identifiants PayPal, à savoir l'adresse email et le mot de passe, le fraudeur est en mesure de réaliser des paiements sans aucune autre forme de contrôle.

Annexe 4

Le système de paiement néerlandais par voie électronique iDEAL

LE SYSTÈME DE PAIEMENT NÉERLANDAIS PAR VOIE ÉLECTRONIQUE iDEAL[24]

IDEAL est un système de paiement par voie électronique mis en place en 2005. Il s'agit d'un système de paiement en débit immédiat spécialement développé pour le e-commerce qui permet une transaction sécurisée, rapide et peu coûteuse à partir des services de banque en ligne des banques néerlandaises. Il s'agit d'un mode de paiement strictement par virement bancaire et n'est aucunement lié à l'utilisation d'une carte.

I – Un mode de paiement simple, rapide et sécurisé, sans risque de crédit pour le vendeur

Un client possédant un compte associé à des services de banque en ligne auprès d'une banque néerlandaise[25] peut choisir ce mode de paiement au moment de finaliser la commande auprès d'un site web marchand. En sélectionnant son établissement bancaire néerlandais, l'internaute est alors automatiquement renvoyé sur le site Internet sécurisé d'ebanking de sa banque afin d'effectuer le paiement, dont toutes les données et caractéristiques ont été automatiquement enregistrées, le client n'ayant plus qu'à confirmer le paiement. **La sécurisation de la transaction est assurée par la banque émettrice (*Issuing bank*), la transaction s'effectuant sur sa propre plateforme de banque en ligne**. Une fois le paiement confirmé selon les procédures normales d'e-banking propres à la banque en question[26], le montant est immédiatement débité du compte du client et le paiement est confirmé au vendeur. Le transfert réel des fonds, non rappelable, est effectué selon les procédures habituelles. En cas de fonds insuffisants sur le compte du client, c'est à la banque émettrice de refuser la transaction. La confirmation instantanée de la transaction par la banque émettrice, qui se porte garant du transfert, et le caractère non rappelable de la transaction permet d'éliminer pour le vendeur le risque de crédit et donc d'effectuer immédiatement le service ou de livrer immédiatement la marchandise achetée.

Pour les particuliers, ce mode de paiement ne requiert ni inscription, ni identification, ni mot de passe, autres que les procédures d'authentification et de sécurisation habituelles pour les

[24] *Cette note a été réalisée au moyen de documents publics et d'entretiens avec les gestionnaires du système*

[25] *On estime qu'environ 10 millions de résidents aux Pays-Bas ont accès à de tels services, considérés depuis plusieurs années comme un service bancaire de base.*

[26] *Il peut s'agir à titre d'exemple de l'emploi d'un terminal mobile (ABN-Amro) ou encore de l'envoi d'un SMS au client contenant un code unique pour la transaction (ING).*

services de banque en ligne. Ce moyen de paiement électronique leur permet de payer en quelques clics en débit direct et d'avoir l'assurance d'une transaction sécurisée, assurée par leur banque habituelle.

Les commerçants doivent posséder un compte auprès d'une banque néerlandaise partie prenante du système (*Acquiring bank*) et entrer dans une relation contractuelle avec elle, ou avec un CPSP (cf. infra), pour l'utilisation du service de paiement. Ils doivent se conformer à des règles précises d'utilisation du service et satisfaire à des exigences minimales telles qu'une inscription à la chambre de commerce. **Des transferts entre particuliers ne sont donc pas possibles**. Dans la pratique, nombre de petits e-commerçants passent par des intermédiaires certifiés, appelés *Collecting Payment Service Provider* (CPSP). C'est alors cet intermédiaire, en relation contractuelle avec le commerçant, qui gère les relations financières et contractuelles avec l'opérateur.

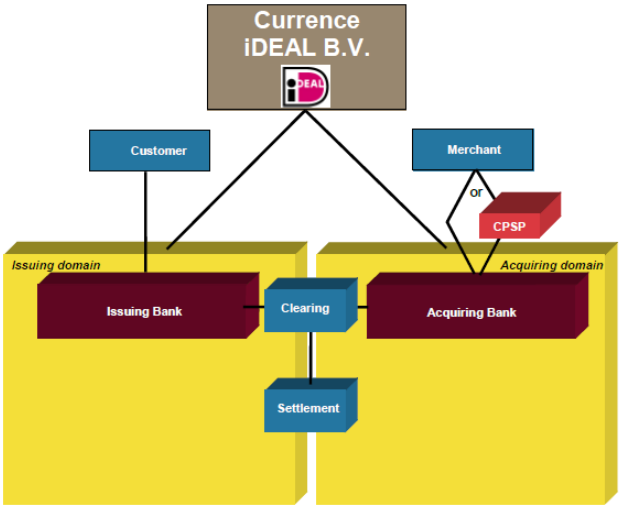
II — Un système national développé et administré par les banques néerlandaises

iDEAL a été développé par les quatre grandes banques néerlandaises (Postbank, ING, Rabobank et ABN-Amro) pour répondre à la demande du marché pour un système de paiement online sécurisé. Les banques néerlandaises administrent le système de paiement iDEAL, tout comme les autres systèmes de paiement directs (cartes de paiements et retraits en débits directs *PIN*, porte-monnaie électronique *Chipnick*, autorisation de prélèvement *Acceptgiro*), à travers le consortium Currence, créé en 2005 et détenu à 100% par les banques néerlandaises. Currence est chargée de la coordination, de la régulation et de la promotion des moyens de paiement. Currence est notamment propriétaire des marques correspondantes, dont iDEAL.

Toutes les principales banques ayant des activités de gestion de comptes aux Pays-Bas proposent ce mode de paiement. Elles doivent pour cela être en possession d'une licence payante délivrée par Currence[27]. Il s'agit ainsi d'un **système de paiement uniquement national**. Un e-vendeur étranger doit s'associer à un intermédiaire (CPSP, cf. supra) néerlandais pour proposer ce mode de paiement. Le client final doit en revanche avoir un compte bancaire dans une banque partie prenante du système pour pouvoir utiliser ce mode de paiement. iDEAL s'adresse donc uniquement au marché néerlandais.

[27] *Liste des détenteurs de licences (payantes) pour les institutions bancaires et de certificats pour les CPSP auprès de Currence : http://www.currence.nl/en-US/Aboutourproducts/LicenseesandCertificate/Pages/iDEAL.aspx*

Diagramme du fonctionnement du mode de paiement iDEAL et des différents rôles



Source : Currence, *General notes on iDEAL Rules & Regulations*, janvier 2012

III – Un mode de paiement rapidement hégémonique sur le e-commerce néerlandais

L'utilisation de ce mode de paiement croît de manière exponentielle. Il représente aujourd'hui **84% des transactions commerciales sur Internet** aux Pays-Bas et est proposé par 90% des e-commerçants néerlandais (environ 40 000). En 2010, Currence a enregistré 68,8 millions de transactions par iDEAL alors que le seul mois de novembre 2011 (dernier mois disponible) a enregistré 8,9 millions de transactions.

Des usages de ce mode de paiement commencent à se développer rapidement hors de la sphère du e-commerce proprement dite. **De plus en plus de sociétés proposent à leurs clients de payer leurs factures par cet outil au moyen d'un email contenant un lien iDEAL correspondant**. Currence a récemment développé des règles précises d'utilisation de ces liens contenus dans des emails.

Certaines banques ont développé des versions mobiles d'iDEAL. À nouveau, c'est la plateforme de banque en ligne de la banque émettrice qui reconnaît l'utilisation d'une technologie mobile et la prend en charge, notamment au niveau de la sécurisation de la transaction. Le commerçant n'a pas à modifier la mise en œuvre de l'outil pour permettre une utilisation nomade de ce mode de paiement par le client.

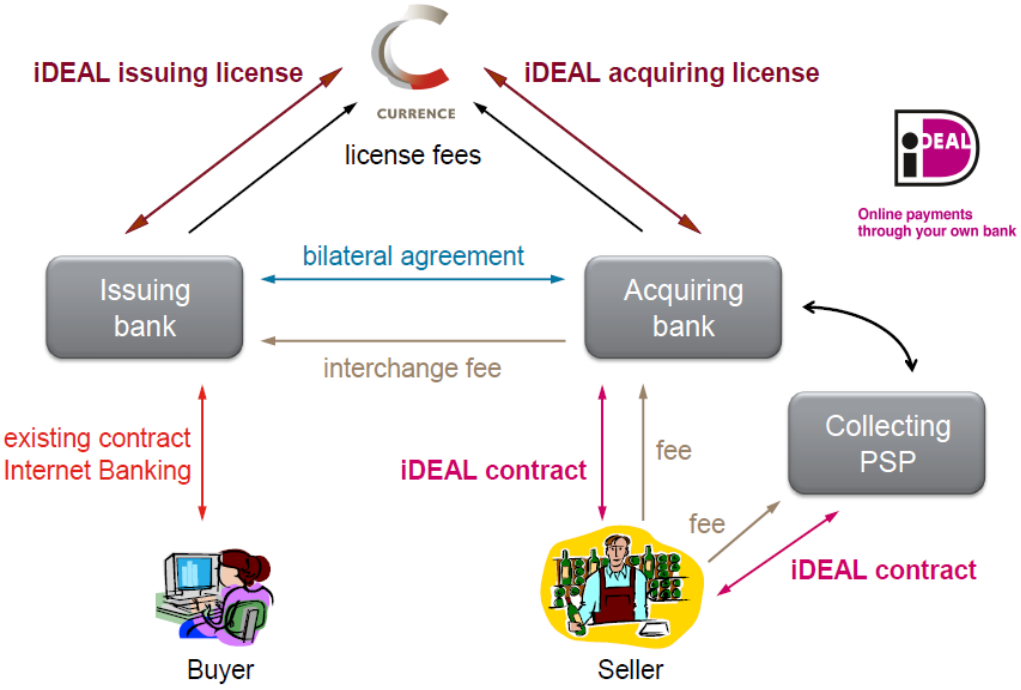
IV — Modèle économique

Les investissements initiaux ont été limités, les banques n'ayant principalement qu'à développer un système de réception des paiements (*acquiring system*) sécurisé. Le système émetteur n'est qu'une fonctionnalité de leur système initial *in house* de services bancaires en ligne. Il n'existe pas de plateforme IT centralisée de gestion du système.

Le système est financé à travers trois types de redevances :

- Merchant fee : le site web marchand paye à sa banque (*acquiring bank*) ou à son CPSP (qui paye alors de son côté une redevance à la banque) une redevance fixe par transaction indépendante du montant de cette dernière. Le montant de cette redevance est exclusivement fixé par le contrat commercial bilatéral liant la banque et le marchand ou le CPSP. À titre d'exemple, un des principaux CPSP (Mollie) propose à ses clients (sites web marchands) un tarif de 0,99 cents par transaction. Cette redevance est très souvent prise en charge par le site web marchand en guise d'incitation à l'utilisation par le client final de ce moyen de transaction sans risque pour lui. Dans certains cas ce coût peut néanmoins être transféré au client final. C'est *in fine* au vendeur de transférer ou non cette charge au client final, le système iDEAL ne prévoyant aucune disposition sur ce point.
- Interchange fee : la banque recevant le paiement (*acquiring bank*) paie une redevance par transaction à la banque émettrice (*issuing bank*) selon le système interbancaire classique, de manière comparable aux paiements par carte bancaire.
- Licence fee : afin d'assurer la coordination et la promotion du système, les deux banques (*issuing* et *acquiring*) paient chacune 1,6 cent par transaction à Currence, soit 3,2 cents au total. Devant le succès d'iDEAL, les banques ont pu ramener cette redevance des 2,5 cents initiaux à 1,6 cent actuellement. Tous les titulaires de licence paient enfin une redevance annuelle à Currence de 10 000 à 25 000 euros[28].

[28] *Structure tarifaire de Currence : http://www.currence.nl/en-US/Aboutourproducts/Fees/Pages/iDEAL.aspx*


iDEAL issuing license
CURRENCE
iDEAL acquiring license
license fees
Online payments
through your own bank
bilateral agreement
Issuing
bank
Acquiring
bank
interchange fee
existing contract
Internet Banking
iDEAL contract
fee
Collecting
PSP
fee
iDEAL contract
Buyer
Seller

Annexe 5

Synthèse de l’étude « L’utilisation du chèque en France »

L'utilisation du chèque en France

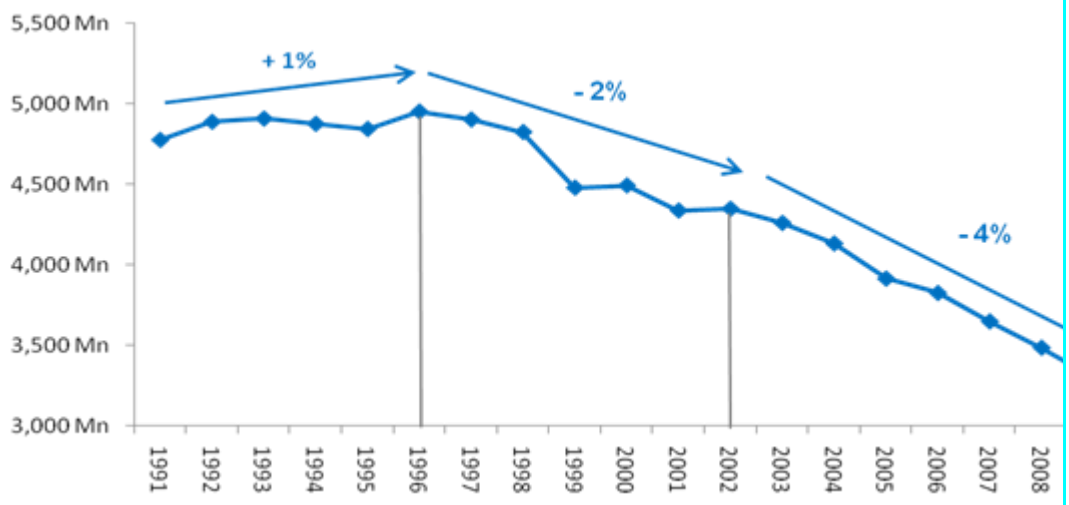
Synthèse de l'étude réalisée par Edgar, Dunn & Company (EDC) pour le Comité consultatif du secteur financier (mars 2011)

Le cabinet de conseil en stratégie Edgar, Dunn & Company (EDC) en partenariat avec l'institut de sondage CSA a réalisé fin 2010 et début 2011, une étude sur l'utilisation du chèque en France pour le Comité consultatif du secteur financier (CCSF).

Ce rapport confirme la particularité de la France avec une utilisation élevée (mais en baisse) du chèque :

- la France est le premier pays utilisateur de chèques en Europe avec 3,3 milliards de chèques en 2009, ce qui représente 20 % des paiements hors espèces en France ;
- le cadre juridique et la gratuité du chèque par rapport aux autres moyens de paiement expliquent en partie cette utilisation élevée en France ;
- mais le nombre de chèques diminue depuis 2002 de 4 % en moyenne par an.

Évolution du nombre de chèques en France entre 1991 et 2009
(en millions)



Source : Banque de France, Banque Centrale Européenne (ECB)
Réalisation : Edgar, Dunn & Company (EDC)

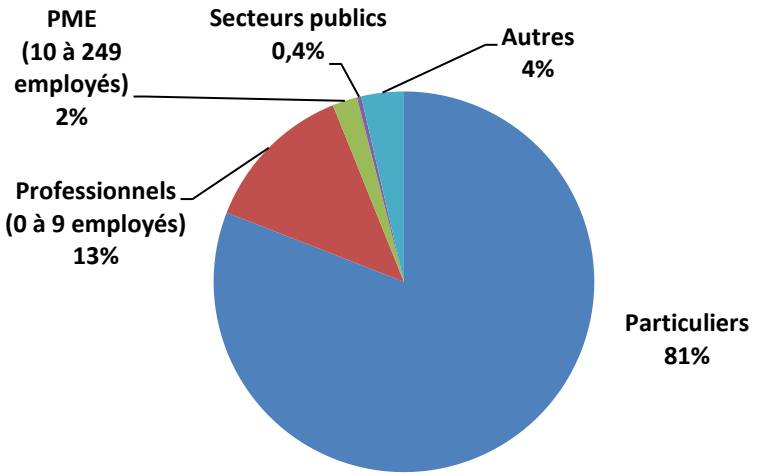
1) **<u>L'enquête effectuée auprès de 1 000 particuliers</u>** indique :

- 91 % des particuliers sont équipés en chéquiers et émettent en moyenne 4,9 chèques par mois (équivalent à une estimation de plus de 2 670 millions de chèques émis par les particuliers adultes détenteurs d'un chéquier, soit 81 % du nombre de chèques émis en France en 2009) ;
- le chèque est notamment utilisé pour des postes de dépenses tels que les frais de scolarité et cantine, les services à domicile, les cadeaux sous forme d'argent, les dépenses de médecine et les activités sportives et culturelles ;
- le pic d'utilisation du chèque se situe à 35-49 ans et non parmi les personnes âgées ;
- les particuliers reçoivent en moyenne 1 chèque par mois, ce qui conduit à une estimation de plus de 600 millions de chèques reçus, soit 18 % du nombre de chèques en France en 2009 ;
- si 18 % des particuliers préfèrent le chèque à tout autre moyen de paiement, 63 % préfèrent la carte bancaire ;
- la préférence pour le chèque augmente fortement avec le montant de la dépense à payer : 51 % des particuliers préfèrent le chèque pour les montants supérieurs à 500 euros ;
- 11 % des particuliers sont très attachés au chèque et seraient très gênés en cas de disparition du chèque.

2) **<u>L'enquête effectuée auprès de 302 professionnels (entreprises de moins de dix salariés) et 201 PME-PMI (entre 10 et 249 salariés)</u> indique que :**

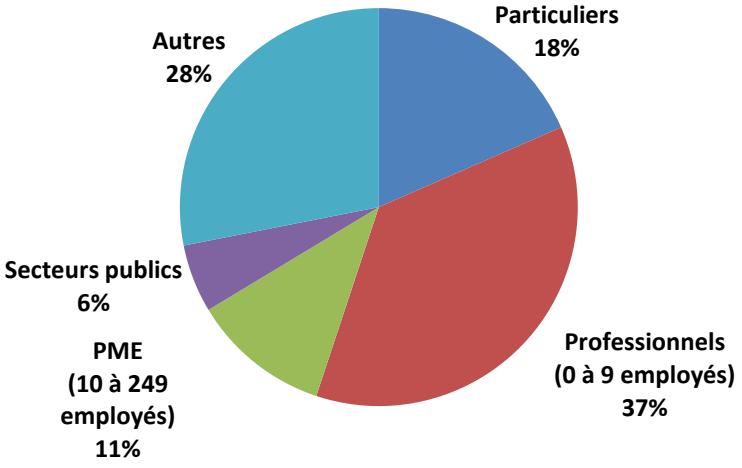
- les professionnels et PME-PMI émettent entre 9 et 35 chèques par mois (équivalent à une estimation globale d'environ 500 millions de chèques, ou encore 15 % des chèques émis en France en 2009), non seulement pour payer leurs fournisseurs mais aussi pour le versement des salaires ;
- pour les entreprises interrogées, le taux d'acceptation du chèque est encore très élevé (entre 89 % et 100 % en fonction des secteurs) et le chèque représente entre 17 % et 87 % du nombre d'encaissements ;
- pour les entreprises interrogées, le nombre de chèques reçus par mois varie considérablement par secteur d'activité (entre 11 et 147 pour les professionnels et 76 et 418 pour les PME-PMI) et peut être estimé globalement à environ 1 580 millions de chèques, soit 48 % des chèques en France en 2009 ;
- il y a une ambivalence au sujet du chèque parmi les entreprises de moins de 10 salariés qui perçoivent beaucoup plus d'avantages en paiement qu'en encaissement ;
- 59 % des professionnels préfèrent le chèque en émission par rapport aux autres moyens de paiement, alors que les PME-PMI préfèrent le virement en émission (44 %) ;
- les intentions d'utilisation confirment la grande inertie des professionnels au sujet de l'utilisation future du chèque : 59 % ont l'intention de s'en servir aussi souvent dans les cinq prochaines années ;
- les entreprises très attachées au chèque et très gênées en cas de disparition du chèque représentent 17 % des professionnels et seulement 8 % des PME-PMI.

Graphique A : Paiement — Estimation de la ventilation du nombre de chèques émis par catégorie d'utilisateurs



Source : Edgar, Dunn & Company (EDC) - Estimation sur la base des enquêtes CSA et entretiens effectués par EDC
Réalisation : Edgar, Dunn & Company (EDC)

Graphique B : Encaissement — Estimation de la ventilation du nombre de chèques reçus par catégorie d'utilisateurs



Source : Edgar, Dunn & Company (EDC) - Estimation sur la base des enquêtes CSA et entretiens effectués par EDC
Réalisation : Edgar, Dunn & Company (EDC)

3) <u>Les entretiens effectués par EDC parmi la grande distribution, les facturiers et les fédérations professionnelles</u> indiquent que :

- le chèque représente encore une part importante du nombre d'encaissements : entre 2 % et 7 % des encaissements reçus par les facturiers en provenance des particuliers, et entre 3 % et 10 % des encaissements de la grande distribution ;
- le chèque est souvent perçu comme l'un des moyens de paiement les plus coûteux (en tenant compte du temps de passage en caisse, des coûts de traitement manuel et des impayés) ;
- les grandes entreprises sont davantage en faveur du remplacement progressif du chèque, notamment si le problème de lettrage est résolu pour le virement, et si une alternative sécurisée et bon marché est disponible pour remplacer le chèque.

4) <u>Les entretiens effectués par EDC parmi les secteurs publics (secteur public national, secteur public local, secteur hospitalier, etc.) et associatif</u> indiquent que :

- les secteurs publics favorisent la dématérialisation des moyens de paiement pour diminuer les coûts et améliorer l'efficacité du traitement, mais doivent accepter une large gamme de moyens de paiement ;
- l'encaissement de chèques reste néanmoins important pour certaines parties des secteurs publics (ex : le chèque représente 63 % des encaissements des collectivités locales), et, les secteurs publics étudiés encaissent 183 millions de chèques, équivalent à 6 % des chèques en France en 2009 ;
- en ce qui concerne les paiements émis par les secteurs publics étudiés, il y a une volonté de réduire davantage la part de chèques qui a déjà beaucoup baissé, et qui représente 0,4 % des chèques émis en France en 2009 ;
- les secteurs publics tendent à être favorables à un remplacement du chèque mais la prise de décision est très fragmentée.

5) <u>Les entretiens effectués par EDC parmi les parties prenantes (notamment les membres du CCSF)</u> indiquent que :

- d'après les associations de consommateur, le chèque est avantageux car il est gratuit et à l'initiative du consommateur ; son remplacement nécessiterait une alternative crédible et gratuite ;
- d'après les associations d'entreprises et de commerçants, le chèque génère plus d'avantages en paiement qu'en encaissement ; les associations de grands commerçants sont contre une disparition lente car elle se traduit par une augmentation du coût unitaire ;
- d'après le secteur bancaire, le chèque génère des coûts importants (dont une grande partie de coûts fixes) mais peu de recettes pour les banques. Les avis du secteur bancaire sur le remplacement du chèque divergent.

6) L'étude a établi une liste des différents types de coût du chèque :

Tableau : Principaux coûts du chèque selon les acteurs

Particuliers
– frais liés à la réception d'un chéquier en recommandé ; – frais d'envoi de courrier (pour payer à distance ou pour encaisser un chèque en l'envoyant à son agence) : prix d'un timbre en affranchissement écopli de 0,53 euro et estimation du prix d'une enveloppe de 0,05 euro ; – temps requis pour encaisser un chèque (ex : faire la queue dans une agence bancaire, temps entre la réception d'un chèque et l'encaissement de ce chèque) – il peut également y avoir d'autres coûts plus complexes à quantifier (ex : certaines offres « à bas prix » comme des billets d'avion achetés sur Internet ne peuvent pas être payées par chèque et le particulier voulant se servir d'un chèque devra donc effectuer cet achat à un prix potentiellement plus élevé auprès d'un autre commerçant) ; – frais bancaires d'incidents de paiement liés au chèque en cas d'émission de chèque sans provision.
Entreprises
– coûts de traitement du chèque en comptabilité (en encaissement et en paiement) ; – frais d'envoi de courrier et de coursiers (en encaissement et en paiement) ; – temps de passage en caisse pour les commerçants ; – frais bancaires liés au chèque (ex : traitement du chèque, incidents de paiement) ; – frais liés à la lutte contre la fraude et les impayés, et perte financière relative aux impayés.
Secteurs publics
– coûts de traitement locaux et centraux du chèque en comptabilité (en encaissement et en paiement) ; – frais d'envoi de courrier (pour payer à distance ou pour encaisser un chèque) : prix d'un timbre en affranchissement écopli de 0,53 € et estimation du prix d'une enveloppe de 0,05 € ; – frais bancaires liés au chèque (ex : traitement du chèque, incidents de paiement) ; – frais liés à la lutte contre la fraude et les impayés, et perte financière relative aux impayés.
Banques
– production et envoi du chéquier ; – coûts liés à l'acquisition du chèque par télécollecte et en banque ; – coûts liés au traitement du chèque : coûts de flux logiques et coûts physiques ; – coûts liés à la compensation du chèque ; – coûts liés à la conformité et lutte contre la fraude chèque ; – coûts liés à la gestion des impayés.
Banque de France
– coûts de maintenance des fichiers nationaux FCC (Fichier central des chèques), FNCI (Fichier national des chèques irréguliers) et du Centre national d'appel des chèques perdus ou Volés (CNACPV).

Source : Edgar, Dunn & Company (EDC)
Réalisation : EDC

En conclusion, le rapport a identifié 5 pistes de réflexion :

- piste 1 : disposer de statistiques détaillées pour un suivi détaillé de l'évolution du chèque en France ;
- piste 2 : mettre en place une structure de coordination et de coopération pour piloter le remplacement progressif du chèque ;
- piste 3 : développer une feuille de route relative au remplacement progressif du chèque ;
- piste 4 : identifier des modèles économiques permettant un équilibre entre les différentes parties prenantes ;
- piste 5 : identifier les initiatives qui auront le plus d'impact sur le remplacement progressif du chèque.