

E-COMMERCE

Le micropaiement sur Internet joue la simplicité

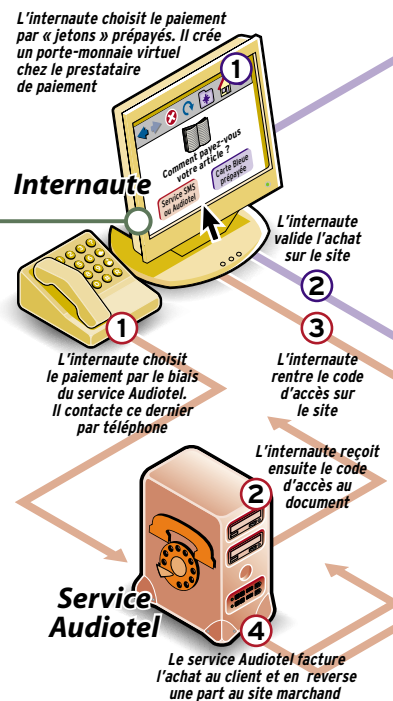
Faciles à mettre en œuvre et immédiatement rentables, les solutions de micropaiement se révèlent parfaitement adaptées tant au démarrage d'une activité sur le web qu'en complément du paiement par carte bancaire. Par Jérôme Saiz

Pourtant universelle, la carte bancaire ne présente pas que des avantages aux yeux des marchands sur Internet. D'abord parce qu'elle induit des frais incompressibles, difficiles à reporter sur les tarifs lorsque ceux-ci sont peu élevés. Ensuite parce qu'elle exige un investissement de départ qui n'encourage guère les créateurs de « petits » sites à se lancer dans le commerce électronique.

Simple à mettre en œuvre, ne nécessitant pas d'investissement de départ et très facilement utilisables par les internautes, les solutions de micropaiement répondent manifestement aux besoins très divers de nombreux sites. Qu'il s'agisse de la vente de biens ou de services (articles de presse, petites annonces, météo, vidéo à la demande, musique, jeux...) ou d'objets ayant une valeur inférieure à 15 € (agroalimentaire, fleurs, copies de documents officiels, tickets de cinéma...), le micropaiement emporte de plus en plus l'adhésion d'internautes toujours réticents à donner leurs coordonnées bancaires sur Internet. Selon le cabinet Tower-Group, aux États-Unis, le marché des transactions de micropaiement de moins de 5 dollars atteindra 11 milliards de dollars en 2009, soit une croissance annuelle de 23 %.

Un achat plus rassurant

► Le micropaiement se passe de la CB (dans le cas d'Audiotel) ou limite son utilisation au rechargement d'un compte personnel sur le site du prestataire de paiement. Un avantage face à la crainte de nombreux internautes de communiquer leurs coordonnées bancaires. ► En outre, la démarche étant plus simple (prélèvement sur la facture Internet, carte prépayée...), cela favorise le passage à l'acte d'achat.



SI VOUS ÊTES PRESSÉ

Les systèmes de micropaiement sur Internet permettent à de petits sites de démarrer rapidement une activité commerciale sans devoir investir dans une solution de paiement par carte bancaire, plus lourde et plus chère. Ils se révèlent également beaucoup plus simples à utiliser et surtout mieux perçus par les internautes, encore hésitants à communiquer leur numéro de carte bancaire. Ils s'installent très rapidement, sans exiger de compétences fortes, et ils ne nécessitent quasiment aucune ressource pour leur exploitation au quotidien. Seul inconvénient majeur : les commissions prélevées sur les ventes par les prestataires de ces services sont deux à trois fois plus élevées que celles liées à l'utilisation de la carte bancaire.

LE CHOIX

Une interface ergonomique et pratique

Du paiement Audiotel à la carte prépayée, en passant par le prélèvement direct sur la facture Internet du client, pour séduire le webmaster, l'interface d'une solution de micropaiement doit être avant tout ergonomique et pratique pour l'internaute. C'est d'ailleurs bien souvent les critères qui conditionnent le choix d'un tel système, bien avant le taux de reversement sur les ventes. « Même si la carte bancaire permet de toucher jusqu'à 95 % du montant de la vente, alors qu'avec un système Audiotel je n'en récupère que 50 %, j'ai quand même choisi ce dernier. Il permet

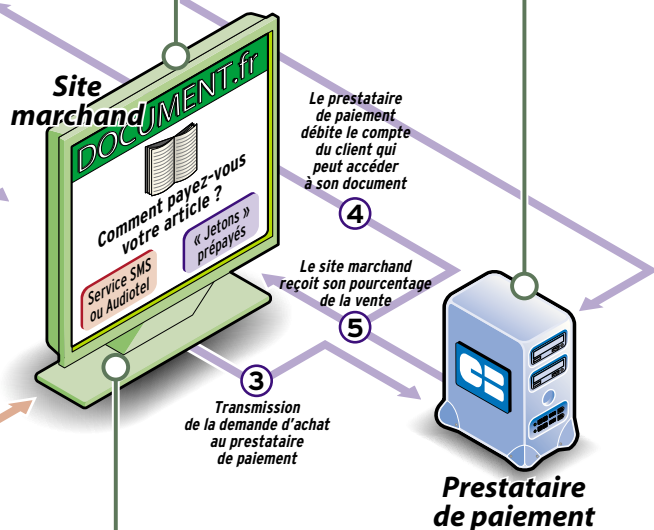
un achat beaucoup plus simple et rapide, en partie parce que l'usage du téléphone est très naturel. De plus, il rassure les internautes réticents à communiquer leurs coordonnées bancaires », justifie Jean-Gérard Alfonssi, fondateur de Mesrecherches.com. Pour ce site, le webmaster a choisi la solution d'AlloPass, le système de paiement par Audiotel le plus répandu aujourd'hui. Pour un appel téléphonique facturé 1,68 € à l'internaute, Mesrecherches.com touchait 85 centimes lors de son lancement, un montant que le prestataire a depuis remonté à 1 €. Pour d'autres cependant, la motivation est venue de l'effet de réseau que permettent les systèmes de micropaiement. « Notre objectif initial était de trouver un

Une mise en œuvre aisée

► Le micropaiement fonctionne comme la CB : le site transmet à son prestataire la demande de paiement du client par l'intermédiaire d'un formulaire. En retour, le site reçoit l'accord pour la transaction. Le webmestre n'a donc qu'à récupérer cet accord. Cette opération peut être prise en charge par le prestataire, lorsque celui-ci redirige le client vers la zone protégée du site marchand.

Une multitude de prestataires

► Chaque système de micropaiement est géré par un prestataire différent. Pour le webmestre qui compte proposer plusieurs de ces systèmes, cela représente autant de back office, de spécificités et de tarifs différents à prendre en compte. Les paliers de facturation ne sont en effet pas toujours identiques d'un système à l'autre.



Des frais élevés

► Alors qu'une transaction par carte bancaire permet au commerçant de toucher jusqu'à 95 % du produit de la vente, les prestataires de micropaiement n'en reversent que 50 % environ. C'est le prix à payer pour

s'affranchir des frais incompressibles liés à la CB. Mais pour des sites à gros volume, il peut être plus intéressant de négocier des conditions avantageuses avec sa banque plutôt que de ne compter que sur le micropaiement.

RETOUR D'EXPÉRIENCE



ROY.FR

Activité : chocolatier.
Siège : Paris (75).
Effectif : 2 personnes.
Chiffre d'affaires : 200 000 €.

François Leroux, chocolatier, créateur du site.

Soigner la sécurité

« Le micropaiement nous protège mieux contre la fraude »

« L'un des intérêts du système de micropaiement Paynova que nous utilisons est de nous protéger plus efficacement contre la fraude. Car lorsqu'il passe sa commande sur notre site, le client a déjà déposé l'argent sur un compte chez Paynova, et c'est ce dernier qui nous règle. Une fois que Paynova nous a donné le feu vert, nous pouvons livrer le produit. Même s'il y a un problème, nous savons que nous serons payés. C'est en effet le prestataire qui assume les risques. Si, par exemple, le paiement est contesté par la suite, c'est leur problème, pas le nôtre. Bien sûr, ils se protègent en plafonnant le montant que leur

client peut déposer sur son compte et en exigeant que chaque transaction soit autorisée par le titulaire du compte. Mais pour nous, cela est totalement transparent : notre payeur, c'est Paynova quoi qu'il arrive. Cela est d'autant plus appréciable, par rapport à un règlement par carte bancaire, que sur Internet, les règles ne sont pas les mêmes ; en boutique, en cas de contestation d'un paiement réalisé par carte bancaire, c'est au client d'apporter la preuve de la faute. Sur Internet, c'est au commerçant d'apporter la preuve de sa bonne foi. Avec le micropaiement, ce problème n'existe pas. »

complément au paiement par carte bancaire, beaucoup de gens hésitant à transmettre leur numéro. Mais lorsque notre hébergeur nous a montré le système w-HA [paiement prélevé sur la facture Internet du client, Ndlr], nous avons aussi été séduits par la visibilité qu'il nous apportait sur le portail de Wanadoo grâce aux liens sponsorisés, ce qui n'est pas négligeable en termes d'image»,

se souvient Harry Duani, administrateur du site tierce-magazine.com. Pour certains commerçants en ligne, cette visibilité peut aussi se traduire par une ouverture vers l'étranger, ce qu'un petit site aurait du mal à réaliser seul : «J'ai moins raisonné en termes financiers qu'en termes de retombées commerciales. Bien implanté en Europe du Nord, mon prestataire Paynova m'apporte

des affaires supplémentaires», reconnaît François Leroux, chocolatier et créateur du site Roy.fr. Paynova, qui repose sur un système de portefeuille virtuel alimenté par l'internaute, lui offre pourtant des reversesments largement inférieurs (jusqu'à trois fois plus faibles) que la carte bancaire. Mais au moment du choix, la forte visibilité sur Internet l'a emporté.

LES RESSOURCES

Une autonomie certaine

Point commun de tous ces systèmes de paiement : leur mise en œuvre et leur utilisation au quotidien ne demandent quasiment aucune ressource de la part du webmestre, une qualité importante pour des sites souvent administrés par une seule personne. «w-HA, comme (suite p. 42)

(suite de la p. 41) tous les moyens de paiement, tourne tout seul une fois installé. Nous consultons simplement de temps à autre les rapports d'activité pour en contrôler le bon fonctionnement. À l'usage, cela est aussi fiable que les modules pour carte bancaire », explique Harry Duani, du site de Tiercé Magazine. Et cette simplicité d'utilisation est effectivement commune à tous les systèmes de paiement mis en œuvre par nos témoins. « La gestion quotidienne ne demande rien. À peine jeter un œil sur le back office et répondre à deux ou trois e-mails dans la journée venant d'internautes qui n'auraient pas compris le principe du micropaiement », confirme Stéphane Declaire, fondateur du site Bebe-nou-nou.com, qui utilise le système Audiotel d'AlloPass et la carte prépayée de Kertel. Il est même possible d'en simplifier la gestion à l'extrême, comme chez Mesrecherches.com : « J'ai un tableau de bord très complet sur le site d'AlloPass : combien d'appels ont été reçus, combien cela a généré de chiffre d'affaires, mon gain net, le cumul des gains, etc. Et je peux demander un virement quand je le souhaite, gratuitement. En fait, mon rôle de gestionnaire se limite à me connecter une fois par semaine pour voir les statistiques ! », explique Jean-Gérard Alfonssi de Mesrecherches.com. Du côté des internautes, le résultat a été immédiat : « Les débuts ont été prometteurs. Nous avons commencé à avoir des ventes dès la mise en place du système. Et cela sans aucun souci ; nous n'avons pas eu besoin de l'assistance technique d'AlloPass avant six mois », reconnaît Stéphane Declaire.

LA MISE EN ŒUVRE

Pas besoin de compétences en interne

À l'instar de leur utilisation par les internautes, l'installation de ces systèmes est on ne peut plus aisée. Le plus souvent, il suffit d'intégrer un formulaire HTML ou – plus rarement – quelques lignes de code (généralement en

RETOUR D'EXPÉRIENCE



Patrick Bernard

Stéphane Declaire, créateur du site.

BEBE-NOU-NOU.COM

Activité : mise en relation de personnes pour la garde d'enfants.

Siège : Boulogne-Billancourt (92).

Effectif : 2 personnes.

Chiffre d'affaires : non communiqué.

Rassurer l'internaute

« Le paiement par carte bancaire est un complément indispensable »

« En dépit de l'intérêt évident des solutions de micropaiement, je ne peux que conseiller d'adopter aussi le paiement par carte bancaire dès que l'activité commence à prendre de l'ampleur. Cela coûte certes plus cher au commerçant pour le règlement de petites sommes, mais il est parfois possible d'éviter les frais fixes avec des solutions telles que Blupaid (mais la commission est alors élevée), ou encore de négocier des conditions plus avantageuses avec sa banque si l'on réalise un chiffre d'affaires important, et il est alors possible de rendre le micropaiement par carte bancaire rentable. Mais l'intérêt

immédiat est que la carte bancaire permet de proposer des tarifs hors paliers, ce dont sont incapables les systèmes de micropaiement. Cela nous a permis, par exemple, de proposer des tarifs à 4 et 9 € qui, sans la carte bancaire, auraient obligé les internautes à téléphoner plusieurs fois à AlloPass pour entrer plusieurs codes. Enfin, il faut reconnaître que passer par une grande banque pour un paiement sur Internet ajoute à la crédibilité du site. De plus, avec un paiement par carte bancaire, l'internaute est assuré en cas de non-livraison des biens achetés, ce qui n'est pas le cas avec le micropaiement. »

PHP) aux pages du site. « Pour la mise en œuvre d'AlloPass, nous avons choisi de personnaliser l'installation plutôt que d'utiliser le formulaire fourni par le prestataire. Cela nous a pris seulement une journée de travail d'un programmeur pour tout installer [les scripts et les formulaires, Ndlr] et faire les tests », explique Jean-Gérard Alfonssi de Mesrecher-

ches.com. Le système peut être installé en quelques minutes seulement, si l'on préfère utiliser les modèles de pages fournis par AlloPass. La mise en œuvre de la plupart des autres systèmes de paiement n'est pas beaucoup plus compliquée : « L'intégration de Paynova au site Roy.fr a demandé l'ajout d'une quarantaine de lignes de code à notre back

office généraliste, qui intègre déjà plusieurs autres moyens de paiement. Le plus long a été de devoir recompiler Apache et PHP, car il nous manquait un outil [Curl, pour la manipulation d'URL sous PHP, Ndlr]. Mais pour le reste, cela ne posera aucun problème à un technicien maîtrisant l'intégration de plates-formes PHP », détaille Jean-François Mammet, responsable technique de Telechargement.fr, qui gère le site du chocolatier Roy. « Tous ces systèmes reposent sur le même principe : il y a un appel en entrée depuis le client [par le biais d'un formulaire, par exemple, Ndlr] qui interroge le système de paiement [carte bancaire, portefeuille Paynova, etc., Ndlr]. Une fois la vente acceptée, cela appelle en retour un script privé qui valide le paiement sur le site et un script public qui le confirme à l'internaute », poursuit le technicien.

Seule exception : w-HA, dont l'installation s'est révélée plus contraignante. « C'est le système le plus lourd à mettre en œuvre que nous avons connu. Il nécessite que le site web soit sur un serveur spécifique, et il faut installer en outre un serveur d'applications Tomcat et un kit de développement Java », prévient Harry Duani.

LES ÉCUEILS

Des tarifs élevés et une dépendance forte

Si les utilisateurs de ces solutions de micropaiement en sont tout à fait satisfaits, tous dénoncent cependant les commissions élevées ponctionnées par les prestataires. « Le jour où les gens seront vraiment à l'aise avec le paiement par carte bancaire sur Internet, ces systèmes seront amenés à disparaître, car leur niveau de rémunération est vraiment très élevé », prophétise Jean-Gérard Alfonssi de Mesrecherches.com. L'autre inconvénient souvent cité par nos témoins : la dépendance au système de paiement. « France Télécom n'hésite pas à supprimer les numéros en 0800, utilisés par les systèmes de paiement Audiotel, à la moindre suspic-

cion de fraude. De ce fait, le numéro d'accès à AlloPass est souvent changé sans que l'on en soit averti. Et tant que nous ne connaissons pas le nouveau numéro à indiquer sur notre site, nous ne recevons plus de paiement», déplore Stéphane Declaire, en précisant que cela n'est un problème que pour les sites ayant choisi de personnaliser le formulaire de saisie du code (sinon le nouveau numéro est mis à jour automatiquement). Il est également nécessaire de maintenir la présence de « transactions gratuites », qui permettent au webmestre de tester son système ou de dépanner un internaute. « Cela n'existe pas sur w-HA, nous ne pouvons donc pas tester le système de manière simple lorsque nous le souhaitons », regrette ainsi Harry Duani.

La qualité des back office, enfin, est inégale selon les solutions. Si les clients d'AlloPass sont unanimes à reconnaître la richesse de son interface de gestion, ce n'est pas le cas d'autres systèmes. « Le back office de la carte prépayée Kertel, par exemple, est quasi inexistant. Il ne donne accès qu'à des informations succinctes et manque totalement de souplesse. Il n'y a,

AVIS D'INTÉGRATEUR



Mathilde Lenoir, gérante du site.

BIZ-N-CASH

Activité : portail spécialisé dans les solutions de micropaiement.
Siège : Paris (75).
Effectif : 7 personnes.
Chiffre d'affaires : non communiqué.
Site web : www.biz-n-cash.fr

« Tenir compte des profils des internautes »

Comment choisir le bon système de micropaiement sur Internet ?
 Il y a beaucoup de systèmes de paiement, et c'est vrai que tout cela peut sembler à première vue très nébuleux. La première question à se poser est de savoir quel sera le moyen préféré des internautes : les adolescents, par exemple, apprécient davantage l'Audiotel, qu'ils peuvent facturer aux parents en appelant de chez

eux. Les professionnels ont une préférence pour le portefeuille virtuel préalimenté.

Quel est l'outil le plus sécurisé pour l'internaute ?

Tous les moyens de paiement ne sont pas égaux sur ce point. Le plus anonyme est la carte prépayée, disponible dans un bureau de tabac. Viennent ensuite les portefeuilles

prépayés, et l'Audiotel qui n'offre que l'anonymat que veut bien garantir France Télécom. Dernier point : la richesse fonctionnelle. À l'étranger, certains systèmes permettent par exemple aux parents d'alimenter le moyen de paiement et de décider où cet argent pourra être dépensé par leurs enfants. Ce type de paramétrage, non encore disponible, est aussi à considérer.

par exemple, aucune reconnaissance des affiliations », explique Stéphane Declaire de Bebe-nounou.com.

LES GAINS

Une rentabilité rapide

Malgré les commissions importantes prélevées par les prestataires, un système de micropaiement se révèle vite rentable.

En particulier parce qu'il facilite le passage à l'acte de l'internaute. « Il favorise le premier achat et les clients reviennent beaucoup plus facilement que s'ils devaient payer par carte bancaire », justifie Jean-Gérard Alfonssi. Et il reste idéal pour des achats de faible valeur. Sur le site Bebe-nounou.com, AlloPass ne représente qu'un tiers du chiffre d'affaires, mais il est sollicité majoritairement

pour les transactions inférieures à 5 euros. On constate la même tendance sur tierce-magazine.com : « C'est devenu un moyen de paiement plus utilisé que la carte bancaire pour de petites sommes », affirme Harry Duani. Ainsi, le micropaiement permet de capturer des ventes qui échapperaient probablement au seul paiement par carte bancaire. ■

Quelques systèmes de micropaiement

Système / Site	Type	Rémunération (prix ht) versée au prestataire
PayPal http://www.paypal.fr	Système de paiement par e-mail multidevisé.	De 1,9% à 3,4% par transaction + un forfait de 0,35 € par transaction.
Rentaliweb http://www.rentabiliweb.com	Audiotel et SMS (appel d'un numéro surtaxé).	1 € en Audiotel (propose 1,19 € pour plus de 800 appels par jour). De 0,20 à 0,60 € par SMS.
Mediapass http://www.mediapass.biz	Audiotel, SMS, carte bancaire et w-HA (revendeur du produit).	De 0,16 à 1 € en Audiotel. De 0,20 à 1,16 € par SMS.
Firstgate http://www.firstgate.fr	Paiement à la consultation, à la durée ou à l'abonnement via un portefeuille électronique.	Entre 10 et 30% de la commission et entre 1 000 et 3 000 € pour l'installation.
Web-paiement http://www.web-paiement.com	Audiotel, SMS et carte bancaire.	1,08 € par Audiotel et 0,34 € par SMS.
Passup.net http://www.passup.net	Audiotel, SMS et carte bancaire.	0,90 € par Audiotel et de 0,55 à 1,10 € par SMS.
AlloPass http://www.allopass.com	Audiotel, carte « virtuelle » (portefeuille de points Audiotel), carte bancaire.	1 € par Audiotel.
w-HA http://www.w-ha.com	Débit sur la facture Internet (Wanadoo, Club-Internet et Tiscali seulement).	Non communiquée. Environ 50% du prix ht facturé selon le barème du revendeur MediaPass. w-HA facture 1 500 € de frais d'installation et 360 € d'abonnement annuel.
Kercash http://www.kercash.com	Carte prépayée (achetée dans un point de vente).	50% du prix ht facturé (propose d'autres formules à taux variable). Kertel, l'éditeur de la solution, facture 50 € de frais d'installation.
Paynova http://www.paynova.com	Portefeuille virtuel (alimenté par carte bancaire sur le site de l'éditeur).	Non communiquée.