

# **Paiements : les limites de la carte bancaire pour les factures et abonnements**



© Ivan Kruk - Fotolia.com

**De plus en plus de Français règlent leurs abonnements (à des services internet, à la presse, etc.) et leurs factures (d'électricité, de gaz, etc.) à l'aide de leur carte bancaire. Par choix dans certains cas, par obligation dans d'autres, en l'absence d'alternative. Pourtant, la carte bancaire est loin de ne présenter que des avantages pour les paiements récurrents. Explications.**

D'ici un peu plus de 18 mois, le 6 février 2017, un des principaux freins au changement de banque va sauter. C'est à cette date en effet que s'appliquera définitivement le « contrat de mobilité » créé par la loi Macron. Son principe : avec l'accord du client qui souhaite la rejoindre, une banque pourra se charger d'effectuer en son nom les changements de domiciliation de ses prélèvements et autres virements réguliers.

Lire aussi : [Les mesures pour faciliter la mobilité bancaire](#)

Cette amélioration du dispositif actuel de mobilité bancaire, qui enverra aux oubliettes la corvée de contacter un à un ses créanciers pour leur signifier un changement de banque, ne couvrira pas, toutefois, l'ensemble des paiements récurrents. En effet, un nombre croissant de Français règlent leurs factures et leurs abonnements en utilisant leur carte bancaire, souvent par souci de simplicité - un simple numéro de carte à compléter - ou parce que cela leur semble plus sûr, la carte bancaire fait office de tampon entre le créancier et le compte bancaire. Parfois aussi parce qu'ils n'ont pas le choix, faute d'alternative proposée par le créancier.

## **Une nouvelle économie de la récurrence**

S'il est difficile à mesurer avec précision (*1*), cet essor du paiement récurrent par carte bancaire correspond aussi à une évolution des modes de consommation des Français. « Nous sommes passés d'une économie de la possession à une économie de l'usage », constate Jérôme Traisnel, le patron de [Slimpay](#), une *fintech* spécialisée dans le paiement direct sur compte bancaire. « On ne possède plus le produit, mais on loue un droit d'accès ». Un modèle qui est déjà en passe de s'imposer dans le secteur du divertissement - Spotify ou Deezer pour la musique, Netflix ou Canaplay pour les films et les séries - et qui se développe aussi pour les biens matériels : on peut désormais payer par abonnement ses capsules de café ou ses lentilles de contact. Et des nouveaux services de ce type apparaissent tous les jours sur le web.

La crise économique n'est sans doute pas étrangère à cette évolution. « En situation de crise, la possession devient superflue », confirme Jérôme Traisnel. Mais ce changement est sans doute plus profond, lié à la numérisation croissante de la société, et en l'espèce à l'essor du commerce en ligne. Un secteur où la carte bancaire reste ultra-dominant.

## **La carte bancaire, un choix par dépit**

Pourtant, Jérôme Traisnel en est persuadé, « la carte est un choix par dépit, elle n'est pas adaptée à l'économie de la récurrence ». Le patron de Slimpay y voit deux limites majeures pour le consommateur. Un problème de sécurité d'abord : confier son numéro de carte à un tiers, c'est s'exposer potentiellement à un détournement et à des débits frauduleux. Un problème de gestion des oppositions ensuite. Avec la carte bancaire, impossible en effet de faire opposition à un marchand en particulier. Si ce dernier refuse d'arrêter l'abonnement, la seule

solution consiste à faire opposition sur la carte bancaire. Et dans ce cas, tous les autres abonnements s'arrêtent aussi.

Les cartes bancaires ont un autre désavantage, cette fois pour les commerçants : elles ont une date limite de validité, et deviennent obsolètes en cas de changement de banque. « Les marchands dépensent beaucoup d'argent, notamment en marketing, pour attirer les clients », explique Jérôme Traisnel. « Mais ce coût d'acquisition tombe à terre s'il y a une rupture dans le paiement, qui oblige le commerçant à recontacter le client et lui donne l'occasion de reconsidérer son achat, ou d'aller voir ce que propose la concurrence ».

Pourquoi, dans ce contexte, la carte bancaire reste-t-elle aussi dominante ? Par manque d'adversaires, principalement. Certes, il y a PayPal, le service de paiement en ligne américain. Mais seule une minorité de Français (5 millions environ) possèdent un compte et rares sont les e-commerçants, de toute façon, qui proposent de payer de manière régulière par ce biais.

### « Le SEPA remet le prélèvement en lice »

L'autre moyen de paiement adapté à la récurrence, c'est le prélèvement. Fréquemment utilisé par « l'ancienne économie » pour le paiement des abonnements - à l'eau, au gaz, à l'électricité, au téléphone, etc. -, il n'a pas vraiment réussi sa transposition dans le commerce électronique. Il faut dire qu'il restait, jusqu'à récemment, compliqué à mettre en place, avec son autorisation papier à signer et à renvoyer à sa banque, accompagnée d'un RIB.

Les choses ont changé, toutefois, depuis le passage du prélèvement du format domestique au format européen SEPA. « Le SEPA remet le prélèvement en lice » confirme Jérôme Traisnel. « Cela a été bien compris dans certains pays du nord de l'Europe, comme les Pays-Bas, où la part de marché de la carte bancaire a déjà commencé à baisser. » Slimpay a ainsi développé une technologie qui permet de mettre en place un prélèvement aussi facilement qu'un paiement par carte bancaire, grâce à l'IBAN et à la signature électronique. A partir de là, il n'existe plus, selon lui, d'obstacle à son essor pour les paiements en ligne. « Le prélèvement est plus protecteur pour le consommateur. Le créancier ne peut pas prélever sans se dévoiler, on sait donc où va l'argent. Et il permet une meilleure gestion de l'opposition : on peut s'opposer à un prélèvement en particulier, ou mettre un créancier sur liste noire. »

Grâce à cet argumentaire, Slimpay va chercher ses clients à la fois du côté des acteurs traditionnels (EDF, GDF, SFR, etc.), qui s'appuient sur sa technologie pour permettre à leurs clients de s'abonner et de payer en ligne, et du côté des acteurs internet (Deezer, BeIN Sports, Mediapart, etc.) qui commencent finalement à voir les limites de la carte bancaire.

(1) La Banque de France, dans ses statistiques sur les moyens de paiements en France, ne distingue pas, parmi les paiements par carte bancaire, les paiements uniques et les opérations récurrentes. Les ordres de grandeur sont les suivants : la carte bancaire représente environ 4 paiements sur 10 effectués en France, contre 2 sur 10 pour les prélèvements. Par ailleurs, 20% environ du chiffre d'affaires de l'e-commerce en France est basé sur l'abonnement.

<http://www.cbanque.com/actu/54094/paiements-les-limites-de-la-carte-bancaire-pour-les-factures-et-abonnements> (le 21.10.2015)