

Le paiement par e-mail : les premiers pas d'une banque en ligne

Les systèmes de paiement par e-mail se popularisent à grande vitesse parmi les internautes américains. Le leader du marché, Paypal, totalisait en septembre dernier 4 millions de clients, avec une croissance journalière de 25 000 nouveaux utilisateurs. Mais plus qu'un système de paiement, il est avant tout un outil bon marché d'acquisition de clientèle pour préparer à la banque virtuelle.

Gwenn Bézard
Chief net economist
L'atelier
Groupe BNP Paribas

■ Le paiement par e-mail ⁽¹⁾ permet à deux particuliers de réaliser entre eux des paiements cartes et chèques via l'internet. L'internaute ouvre un compte sur un site type Paypal (il indique nom, adresse, téléphone et numéro de carte bleue ou numéro de compte bancaire habituel), puis il indique l'e-mail de la personne à qui il veut envoyer de l'argent (ami, parent, marchand, etc.) en précisant la somme voulue. Le correspondant reçoit un e-mail contenant un lien URL qui le guide vers le site sécurisé type Paypal où il ouvrira à son tour un compte en indiquant son numéro de compte chèque habituel ou de carte, afin de percevoir l'argent.

Les raisons du succès

Le secret de l'engouement des internautes américains pour les paiements par e-mail est relativement simple. Nous identifions cinq raisons :

- **Commodité.** Le paiement par e-mail est plus commode que le chèque (pas besoin d'expédier de chèque par la poste), que le cash (nul besoin de retirer du cash à un ATM et de faire l'appoint) et que le virement bancaire classique (pas besoin d'obtenir un RIB, l'e-mail de son correspondant suffit).

- **Rapidité.** Le paiement par e-mail est beaucoup plus rapide que l'expédition par la poste de chèque ou de cash. Sur eBay par exemple, Billpoint (encadré) ramène le délai de paiement à 3 jours ouvrés au lieu de 2 à 4 semaines lors d'un paiement par chèque papier expédié par courrier. Il est enfin très rapide d'ouvrir un compte, notamment sur Paypal (une seule page pour ouvrir un compte désormais contre 7 pages auparavant).

- **Universalité de l'e-mail.** Le système de paiement par e-mail, comme son nom l'indique, repose sur l'e-mail... bref, sur un outil de communication commun à tous les internautes dans le monde.

- **Protection de la *privacy*.** La seule information nécessaire pour envoyer de l'argent à quelqu'un est son e-mail. Nul besoin de connaître son nom, son adresse, et encore moins d'obtenir son RIB. Les paiements sont possibles et garantis sans que l'interlocuteur (particulier ou marchand) n'ait accès aux informations personnelles et bancaires. Seul Paypal par exemple connaît le numéro de carte ou de compte chèque.

- **Sécurité.** Le système est plus sûr que d'envoyer de l'argent par courrier,

et les transactions se font toujours via un intermédiaire unique de confiance, type Paypal.

Les tendances

Bien que très jeune, le marché des systèmes de paiement par e-mail évolue rapidement. Le succès de Paypal suscite également de nouvelles vocations : Propay ⁽²⁾, récemment lancé, offre une meilleure protection des acheteurs que Paypal, il permet par ailleurs à un commerçant de recevoir un paiement carte sans obliger l'acheteur à ouvrir un compte comme dans le cas de Paypal.

Sept systèmes de paiement par e-mails se partagent à ce jour le marché (tableau).

D'une façon générale, nous estimons que plusieurs tendances liées à l'essor des paiements par e-mail devraient marquer le monde bancaire dans les deux prochaines années aux Etats-Unis :

- **Développement des transactions B2B et B2C.** Les systèmes de paiement par e-mail sont en train de gagner les échanges de particulier à marchand et de marchand à marchand (Billpoint, Paypal, Propay). Bien entendu, il n'est pas question pour ces systèmes de capter les échanges concernant les grandes entre-

Les systèmes de paiement par e-mail aux Etats-Unis

Systèmes	URL	Les banques actionnaires
■ Top Compétiteurs		
Paypal	www.x.com / www.paypal.com	X.com
Billpoint	www.billpoint.com	Well's Fargo
Propay	www.propay.com	
ecount	www.ecount.com	
■ Autres		
emoneymail	www.emoneymail.com	Bank One
Payme	www.payme.com	
Tradesafe	www.tradesafe.com	Fleet Boston (simple partenaire)

prises. Il s'agit cependant d'offrir une solution aux transactions des petites entreprises et professionnels indépendants, bref aux *small business*.

- **Tiers de confiance.** Les systèmes de paiement par e-mail entendent offrir un service à haute valeur ajoutée dépassant la simple question du paiement : ils cherchent à devenir de nouveaux tiers de confiance dans le commerce traditionnel (Propay) et le e-commerce (Billpoint).

- **La machine à construire une banque en ligne.** X.com, la banque (3) purement virtuelle qui détient Paypal, entend se servir du système de paiement par e-mail comme d'un puissant outil d'acquisition de clientèle. La recette pourrait propulser d'ici la fin 2001 la start-up X.com, numéro 1 de la banque en ligne aux Etats-Unis.

- **Menaces à terme sur la carte.** Aujourd'hui, le système de paiement par e-mail ouvre de nouvelles perspectives à la carte en permettant son usage dans les transactions de personne à personne, ce qui était auparavant impossible. A terme néanmoins, l'usage des systèmes de paiement par e-mail pourrait se retourner contre les réseaux de cartes bancaires. S'il poursuit sa croissance actuelle, Paypal pourrait acquérir un quasi-monopole des transactions par e-mail aux Etats-Unis dans les prochaines années. Dans un tel cas de figure, Paypal pourrait contribuer au recul de la carte bancaire, dans la mesure où de nombreux paiements se feraient de compte Paypal à compte Paypal, donc sans transactions carte... La carte bancaire pourrait d'autant plus souffrir que le chèque électronique promu par Billpoint (*electronic*

check) et Paypal (*batch payments*) devrait avoir de beaux jours devant lui si l'on en juge par les différences de coût pour le marchand : sur Billpoint, le coût d'une transaction est de 35 cents si le paiement par e-mail est basé sur un chèque électronique, contre une commission de 3,5 % si le paiement est basé sur une transaction carte. D'une façon générale, rappelons que le recul de la carte est pronostiqué par nombre d'analystes. Le gouvernement américain va même jusqu'à la souhaiter, lui qui récemment

«Les systèmes de paiement par e-mail cherchent à devenir de nouveaux tiers de confiance dans le commerce traditionnel (Propay) et le e-commerce (Billpoint).»

tempêtait contre la domination de la carte dans le e-commerce (95 % des transactions sur Internet (4)). Le gouvernement américain a d'ailleurs expérimenté le paiement des soldes de ses soldats en Bosnie via le chèque électronique. Selon une prévision minimaliste de Jupiter, les transactions carte sur l'Internet devraient chuter de 95 % de parts de marché actuels à 81 % en 2003. Pour pondérer cette analyse, ne perdons pas de vue néanmoins que l'usage de la carte aux Etats-Unis est plébiscité sous sa forme «carte de crédit» parce qu'elle offre le paiement différé. Pour réellement rivaliser avec la carte dans les transactions directes de compte

Paypal à compte Paypal, il faudra probablement à terme que Paypal offre le débit différé.

Du paiement par e-mail à la banque en ligne

Paypal, détenu par la banque virtuelle X.com, enregistrait en juillet 2000, 2,5 millions d'utilisateurs dont 60 % utilisent le système de paiement au moins une fois par mois. Le montant moyen des transactions est de 50 \$. Paypal exécute 45 % des ventes sur eBay contre 8 % pour Billpoint... 3 millions de dollars entreraient et sortiraient du système chaque jour. Le nombre d'utilisateurs croit de 1 % par jour, et pour répondre au flot de questions, Paypal dispose d'un «*e-mail call center*» de 300 personnes basé dans le Nebraska. Paypal table sur 10 millions d'utilisateurs en mars 2001 et représente un des vrais exemples de succès d'une stratégie de marketing viral (5), à l'image de Hotmail et ICQ.

Un modèle économique discuté

Où Paypal gagne-t-il de l'argent ?

Paypal se rémunère aujourd'hui sur l'encours (placé à 5,2 % chez Merrill Lynch), par une commission de 1,9 % sur les sommes entrant sur les comptes Business (6), par une commission sur les paiements groupés (25 cents par paiement), et par une commission de 0,6 % sur les virements quotidiens des comptes Business vers les comptes bancaires habituels. Tout le système est, sinon, entièrement gratuit pour les utilisateurs, à la différence des systèmes concurrents tous plus onéreux. Billpoint fait ainsi payer les vendeurs sur

Billpoint, ou l'intégration au marchand

• Billpoint a démarré son activité en décembre 1998 avec des sites comme Excite, Microsoft et eBay. Aujourd'hui, Billpoint est détenu conjointement par eBay et la Well's Fargo. Faute d'avoir réussi à s'imposer face à Paypal, Billpoint a décidé de réorienter sa stratégie en se concentrant sur eBay. L'intégration au processus de vente d'eBay permet à Billpoint d'apporter un service à plus haute valeur ajoutée que Paypal : l'acquéreur d'un bien sur ebay recevra par exemple une facture Billpoint reprenant les caractéristiques de la marchandise et les conditions de vente (Paypal n'offre pas de services d'envoi de facture, faute d'être étroitement intégré au site d'enchères). L'acquéreur aura de son côté un historique de ses paiements avec une

désignation précise des biens achetés, de la date, du vendeur, etc.

Du paiement par e-mail au tiers de confiance

En poussant le plus loin possible l'intégration à la place de marché et au process de vente, Billpoint cherche à devenir un nouveau tiers de confiance du commerce électronique (à l'instar de Visa dans le commerce traditionnel). Le paiement par e-mail n'est pour eux qu'un premier pas («*e-mail is a baby step*»).

Le véritable enjeu du commerce électronique C to C, ou C to sB¹ est en fait la question de confiance et de sécurité. Billpoint agit en effet comme un *Conventional Credit Card Payment System* : les acheteurs bénéficient à 100 % des garanties carte liées aux achats auprès de commerçants (contre les

fraudes, la perte de la marchandise, etc.). Avec Billpoint, un acheteur peut contester la qualité du produit et demander un remboursement (garantie carte ordinaire). La stratégie d'intégration au site marchand opérée par Billpoint pourrait à terme poser problème à Paypal qui reste néanmoins le système de paiement le plus utilisé sur eBay (notons que Propay offre comme Billpoint 100 % de garanties sur les transactions carte à l'inverse de Paypal).

De la transaction carte au chèque électronique

Le chèque électronique ressemble comme deux gouttes d'eau au chèque traditionnel... sauf qu'il est électronique, et que par conséquent il est traité beaucoup plus rapidement². De plus, le chèque électronique coûte moins cher qu'un

paiement par e-mail basé sur la carte : dans le cadre d'une transaction carte sur Billpoint le vendeur paie une commission de 3,5 %... tandis que lors d'une transaction par chèque électronique, le vendeur ne paie que 35 cents... Les vendeurs vont donc peut-être avoir tendance à favoriser l'usage du chèque contre la carte dans les paiements par e-mail. Billpoint ne croit pas cependant que les paiements par e-mail soient de nature à menacer les réseaux de carte comme Visa. Dire l'inverse serait de toutes façons mal venu à un moment où Billpoint vient de signer un partenariat avec Visa, qui contribue à renforcer son image de tiers de confiance.

¹ sB : Small Business.

² Pour envoyer un chèque électronique, il suffit de remplir un formulaire en ligne en reprenant les chiffres d'identification inscrits sur le chèque papier.

eBay en prélevant une commission de 4,5 % (incluant le coût de la transaction carte). Un autre système comme Emoneymail facture quant à lui 1 \$ les envois d'argent. Propay facture quant à lui les vendeurs d'une commission de 3,5 % plus 35 cents. Paypal est donc le seul à prendre à sa charge l'essentiel des coûts, notamment celui des transactions carte.

Paypal brûle-t-il du cash ? D'aucuns assurent qu'à ce jeu, Paypal ne pourra pas tenir longtemps. D'autant plus qu'il offre 5 \$ à toute personne ouvrant un compte, puis 5 \$ de nouveau à

chaque parrainage. Doit-on en conclure que Paypal brûle du cash inconsidérément ? Il en brûle en tout cas probablement infiniment moins que tant de start-ups ayant dépensé des dizaines de millions de dollars en annonces télévisées et en bandeaux publicitaires sur des portails (AOL, Yahoo, etc.) ou des sites de e-commerce (Amazon, etc.). La stratégie d'acquisition de clientèle de Paypal serait donc, à bien y regarder, moins onéreuse qu'il n'y paraît. Dans son *business plan* originel, Paypal évaluait à 20 \$ le coût d'un nouveau client. Actuellement, Paypal parle d'un coût d'acquisition de seulement 7 dollars (7).

Succès en trompe l'œil ? D'aucun font remarquer encore que le succès de Paypal est illusoire, lié à l'effet d'aubaine des bonus de 5 \$. Au vu du nombre de gens que nous rencontrons aux Etats-Unis qui utilisent Paypal, nous doutons cependant que sa croissance ne soit due qu'à un effet d'aubaine.

Le système de paiement n'est qu'une pièce de l'échiquier. En tout état de cause, Paypal entend investir pour devenir un nouveau «standard» des systèmes de paiement, une sorte de monopole du paiement par e-mail. Il ne faut pas perdre de vue par ailleurs que le paiement par e-mail n'est pas une fin en soi : Paypal se sert de son système quasi gratuit pour acquérir une base de clients convertibles à moyen terme aux services de la banque virtuelle X.com.

Paypal ou la machine à bâtir une e-banque

Paypal continue d'étendre ses services. Après le marché des paiements de personne à personne (P2P) avec notamment les sites d'enchères (eBay.com), les sites de communauté (evite.com (8)) et les sites d'achats groupés, Paypal a ouvert des comptes «Business». Comme nous nous y attendions voilà plusieurs mois, il a ouvert un service en direction

«Le système de paiement par e-mail ouvre de nouvelles perspectives en permettant son usage dans les transactions de personne à personne.»

des *small business*. Dans les quatre dernières semaines, il aurait ainsi ouvert 20 000 comptes Business. Ces comptes Business regroupent probablement tous les professionnels indépendants ou petites sociétés qui ne peuvent accepter de paiement carte directement (cas par exemple d'un vendeur professionnel indépendant sur le site d'enchères eBay). L'offre de Paypal se décompose donc en deux parties :

- un compte personnel gratuit avec des fonctionnalités limitées ;
- un compte business payant avec des fonctionnalités étendues (téléchargement de l'historique du compte sur Quicken, reporting des taxes, virement automatique quotidien sur le compte bancaire extérieur, paiements groupés⁽⁹⁾, acceptation de paiements par CB sur le site de e-commerce en apposant un logo/liens amenant au site Paypal...).

«Paypal, détenu par la banque virtuelle X.com, enregistré en juillet dernier 2,5 millions d'utilisateurs dont 60 % utilisent le système au moins une fois par mois. Le montant moyen des transactions est de 50 \$.»

Quand le compte Paypal devient un compte bancaire. Paypal devrait être totalement intégré dans les 15 mois au service de banque en ligne de X.com. L'URL d'accès à Paypal est d'ores et déjà www.X.com. D'ici la fin de l'année 2001, l'internaute ouvrant un compte Paypal se verra proposer l'ouverture simultanée d'un compte courant (*bank light account*). Le compte Paypal et le compte bancaire ne feront plus qu'un. Le compte courant sera par ailleurs rémunéré. Le système de paiement par e-mail est donc clairement conçu comme un outil d'acquisition de clientèle à bas prix au profit de la vente de produits financiers. Car X.com entend bien gagner de l'argent, non avec Paypal, mais essentiellement à terme avec le courtage en bourse et les produits financiers. Fait révélateur, le site de Paypal était en avril le site financier le plus visité des Etats-Unis...

Quid d'une alliance avec une banque traditionnelle ? Paypal estime que s'allier avec une banque traditionnelle grèverait leur dynamisme. Aux Etats-Unis, Paypal exclut de se lier aux grands noms de la banque. Il estime que ce qu'il gagnerait d'un côté en image de marque, il le perdrait très vite en dynamisme. Même la Well's Fargo qui est pourtant l'une des plus avancées des banques sur l'Internet aux Etats-Unis serait, selon Paypal, loin derrière eux en termes de capacité à innover.

Paypal mène une politique offensive à l'international. Paypal travaille à s'implanter rapidement en Europe et au Japon. Le Crédit agricole a investi 10 millions de dollars dans Paypal récemment. Si Paypal veut avancer résolument seul sur le marché américain, il semble par contre indispensable qu'il signe des alliances avec des banques ou d'autres grands acteurs à l'international. eBay, arrivé en France, pourrait par ailleurs être le premier site aux enchères à lancer une solution de paiement C2C en important Billpoint. ●

(1) L'expression «paiement par e-mails» est en fait un abus de langage. L'e-mail sert juste à adresser un lien URL conduisant vers le site sécurisé Paypal ou Billpoint, par exemple, où la transaction s'effectue. L'e-mail n'est qu'un véhicule.

(2) Propay permet à un commerçant, par exemple un garagiste, d'accepter un paiement carte d'un client, en usant de son PC connecté au site web Propay.com comme d'un terminal carte, et ce, sans que le client ait à créer un compte comme sur Paypal.

(3) X.com, qui offre déjà tous les services d'une banque virtuelle, n'est pas encore juridiquement une banque à part entière. Elle devrait obtenir bientôt l'accréditation réglementaire.

(4) 18 % des transactions du commerce *brick & mortar* sont exécutées via la carte.

(5) Marketing viral : les utilisateurs sont les commerciaux du système, ils sont poussés à parrainer de nouveaux utilisateurs pour deux raisons : premièrement ils reçoivent 5 \$ pour chaque parrainage, deuxièmement, lorsqu'ils envoient de l'argent par e-mail à une personne, cette dernière doit ouvrir un compte Paypal pour toucher son argent.

(6) Paypal propose deux types de comptes : compte personnel gratuit basique et/ou compte Business évolué avec fonctionnalités payantes.

(7) Le coût devrait être d'au moins 10 \$ si chaque nouvel utilisateur était parrainé, mais il faut tenir compte du fait qu'un grand nombre d'utilisateurs doit probablement s'inscrire sans parrainage.

(8) Evite.com est un site permettant à un particulier de gérer l'organisation d'une «party». Paypal permet sur ce site de collecter les contributions de ses amis invités à une «party» (j'ai déjà été invité ainsi sur [evite](http://evite.com) aux Etats-Unis, mais on ne m'a pas fait payer !).

(9) Au lieu d'envoyer des chèques à plusieurs personnes, l'entrepreneur peut faire des paiements groupés via Paypal (*batch payments*).