

# Un paiement universel pour un achat équilibré

*auteur : Cyril Vignet, BPCE*

## La relation de confiance fonde le commerce

Le commerce trouve son origine au sein d'un espace de confiance très restreint (le village, la tribu, le voisinage géographique) sur la base de troc : un bien ou un service contre un autre bien ou un autre service.

La proximité des acteurs (le producteur, le marchand, le chaland, le consommateur) et leur relation dans l'espace réel et le temps réel suffisaient souvent à fonder la confiance dans l'acte de commerce.

Au fil du temps, ce mode de commerce a subi des évolutions majeures :

- l'apparition de la monnaie<sup>1</sup>, ou d'une valeur d'échange qui n'est, ni un bien, ni un service. La monnaie nécessite d'instaurer une confiance partagée ;
- le marchand n'est plus le producteur des biens et des services ; il devient alors nécessaire d'instaurer la confiance dans l'achat ;
- le chaland voyage ; le chaland doit trouver des marchands de confiance et instaurer une relation de confiance dans l'instant

L'élargissement de l'espace de confiance induit une nécessité de confiance dans la monnaie, dans l'achat, dans l'instant.

## L'organisation du commerce avant la mondialisation

Jusqu'à l'avènement de la mondialisation des échanges dans les années 1980, ces points font l'objet d'attentions diverses selon la typologie des états, des marchands et des chalands.

Les États-Nations, par leur stabilité, ont apporté la confiance dans les monnaies papier à un niveau national et quelques grands états, comme les États Unis, ont apporté de la confiance à un niveau mondial.

Des cartes accréditives ont apporté une confiance :

- pour les chalands au sein d'un réseau dédié de marchands ;
- pour les marchands avec une cible de clientèle sure.

Le marchand s'est organisé avec le producteur en construisant une relation de confiance avec lui reposant sur le principe d'avoir « pignon sur rue » : présence de marques, de labels, de certification, de réseau de distribution, de points de vente, d'enseigne.

Chaque état a renforcé la législation et le contrôle pour la protection des consommateurs, dont le chaland peut se revendiquer.

Une confiance globale dans le réseau de production et de distribution s'est instaurée tandis que dans le même mouvement, de plus en plus de monde, toute couche sociale confondue, accédaient à la consommation de plus en plus de biens et de services.

Les moyens de paiement se sont donc naturellement focalisés sur une défiance vis à vis du chaland et sur la nécessité qu'il s'engage<sup>2</sup>.

---

1 La monnaie est définie, selon Aristote (source : ἡθικὰ Νικομάχεια), par trois fonctions : unité de compte, réserve de valeur et intermédiaire des échanges.

2 Il est courant de demander au chaland sa pièce d'identité ou d'authentifier son paiement alors que de nombreuses

## Le paradigme du web et de la mondialisation

La libération des échanges (de biens, de services, de main-d'œuvre, de connaissances), l'expansion de la concurrence et les retombées des technologies de l'information (le *web*) ont permis un rapprochement des hommes et une intégration des marchés appelés *mondialisation*.

Avec la mondialisation et le commerce sur le web sont apparues de nouvelles difficultés pour le chaland.

Le chaland peut légitimement se poser les questions de savoir :

- Qui est vraiment le producteur ? Quelles sont ses motivations ? Est-il compétent dans sa production ? Comment est réalisé le produit ?
- Qui est vraiment le distributeur ? Quelle est sa gouvernance ? Quelles sont ses motivations ? Le produit distribué sera-t-il suivi, maintenu ?
- Quelle est la monnaie que j'utilise ? Garantit-elle mon achat dans l'instant, dans la durée ? Garantit-elle l'organisation du commerce et ma sécurité de chaland ?

L'appareil juridique et législatif de chaque état ne suffit pas toujours à sécuriser la relation de confiance. Le juge s'adapte au nouveau paradigme dans son champ restreint et sa temporalité procédurale.

## La relation entre chaland et marchand n'est pas équilibrée

La nouvelle situation exige de resituer la relation de confiance dans son nouveau contexte.

Sur le web, la relation entre le chaland et le marchand est déséquilibrée :

- au moment de l'achat, sur le plan juridique : le chaland n'a pas accès forcément à des conditions générales de ventes lisibles qu'il peut sauvegarder ;
- au moment de l'achat, sur le plan ergonomique : le chaland est poussé dans un acte d'achat raccourci, de moins en moins visible pour lui, sans rétractation avec la même ergonomie ;
- au moment de l'achat, sur l'authentification du paiement : il est difficile pour le chaland d'authentifier la contrepartie du paiement alors que son propre paiement est souvent fortement authentifié ;

La relation d'achat entre le chaland et le marchand est de plus en plus à la main du marchand. Elle n'est donc pas équilibrée, ce qui nuit à la relation de confiance entre eux et à la confiance dans le système lui-même.

## Le besoin émergent de quelques principes

Quelques principes pourraient permettre de retrouver un équilibre sain entre les chalands et les marchands :

- formaliser le lien contractuel entre les parties avant l'achat ;
- donner la capacité au chaland de faire valoir ses droits ;
- rendre conscient le chaland de ses devoirs et des risques.

---

professions/entreprises n'ont pas d'obligation légale de prouver leur identité au chaland ou d'authentifier leur contrepartie du paiement.

## Formaliser le lien contractuel entre les parties avant l'achat

En l'absence de lois entre les pays ou de supra-lois sur le commerce qui protège le marchand et le chaland, l'issue reste dans la formalisation de l'acte de commerce avant le paiement, notamment :

- des conditions générales de vente et/ou d'utilisation complètes incluant les informations de traçabilité, de maintenance, de recours, de traitement des données et les juridictions compétentes ;
- une rédaction claire de ces conditions générales pour mettre en évidence les points importants<sup>3</sup> ;
- une mise à disposition facilitée de ces éléments pour l'archivage et la gestion par le chaland dans son propre système d'information ;
- le tout mis à disposition avant l'acte d'achat pour que le chaland puisse accepter ou non ces conditions générales de vente.

## Donner la capacité au chaland de faire valoir ses droits

Pour faire valoir ses droits, il faut que ceux-ci aient été définis au préalable (cf paragraphe précédent).

Les différents éléments que le chaland possède doivent pouvoir être utilisés et échangés selon sa volonté propre.

*Faire valoir ses droits* est une affaire qui concerne l'appareil judiciaire mais aussi les associations de consommateurs, les unions de professionnels, les médias.

Il est donc important que les éléments dont disposent chaque partie soient utilisables vis à vis de ces acteurs.

A quoi peut servir :

- une facturette dont l'encre s'efface très rapidement ?
- une promesse « vous allez recevoir un email avec votre facture d'achat », si cette promesse n'est pas tenue ?
- un flux de signature électronique ou de données au format XML ?

La plupart des chalands vous répondront que ce ne sont pas des objets qu'ils utilisent car ils ne sont pas adaptés.

## Rendre conscient le chaland de ses devoirs et des risques

Pour devenir responsable et conscient des devoirs et des risques de ses actes *dont son acte d'achat*, le chaland doit pouvoir se sortir des situations de passivité dans sa relation d'achat.

Ces situations sont nombreuses et souvent à la main du marchand : trop-plein de publicité, conditions générales léonines, impératif de temps de réponse d'un serveur, tunnel de paiement sans retour possible et sans butée volontaire sur l'acte d'achat, ergonomie simpliste car voulue simplifiée, non soumission des nouvelles conditions générales de vente à un client quand celles-ci changent, non déclaration de l'identité du marchand.

---

3 Il est édifiant de constater que Wikipédia, œuvre coopérative de bénévoles, essaie de surligner les ambiguïtés de rédaction et le manque de sources sur les informations, alors que les juristes de la plupart des pays s'évertuent à rendre leurs contrats incompréhensibles ou suffisamment longs, ce qui induit que le lecteur rate les points importants

Lorsqu'on analyse l'impact de cet achat sur la collecte masquée d'information, son utilisation à des fins d'indexation des usages des chaland dans les CRM et les usines Big Data, le chaland prend un risque souvent non conscient de transformer son utilisation du web après l'achat.

## **Il existe des solutions qui permettent de mettre en œuvre ces principes**

Nous désirons partager avec vous trois innovations qui permettent d'améliorer la mise en œuvre de ces principes :

- la technologie 2D-DOC
- le système PDF
- le système de règlement via SEPAmail

### ***La technologie 2D-DOC***

2D-DOC est une technologie d'authentification statique d'un document sous la forme d'un code barre 2D, ce qui le rend facilement lisible par un téléphone, une douchette, un lecteur.

L'émetteur du document est authentifié. Certaines données structurées du document ainsi que le type du document sont authentifiés par l'émetteur du document.

Ce standard récent est inventé par la société AriadNext et porté par l'Agence Nationale des Titres Sécurisés (ANTS).

Il a été normalisé en France notamment pour contrer la fraude documentaire sur les justificatifs de domicile et le relevé d'identité bancaire. Il permet en effet de garantir les informations d'adresses sur les documents des services publics, des grands opérateurs d'énergie et de télécommunications, des banques et du gouvernement, et, plus généralement, de tout émetteur déclaré.

On peut utiliser indifféremment l'original ou une photocopie car le document reste authentifié avec le 2D-DOC.

Cette innovation donne la capacité de *faire valoir ses droits*. En effet, en recevant un document, une entité (personne ou entreprise) peut en vérifier sa provenance, et peut en donner facilement une copie papier ou électronique sans pour autant avoir à sécuriser l'échange.

Cette technologie pourrait être utilisée par exemple pour des conditions générales de vente.

### ***Le système PDF***

PDF<sup>4</sup> est devenu tellement présent dans notre utilisation quotidienne que l'on oublie sa force. Nous parlons de système car ce n'est plus simplement une version numérique du papier physique d'autrefois, mais LE papier numérique.

Ce format est visualisable ou imprimable donc il est lisible par les êtres humains et, quand il est produit par un programme, interprétable par les automates.

---

4 « Le Portable Document Format, communément abrégé en PDF, est un langage de description de pages créé par la société Adobe Systems et dont la spécificité est de préserver la mise en forme d'un fichier – polices d'écritures, images, objets graphiques, etc – telle qu'elle a été définie par son auteur, et cela quels que soient le logiciel, le système d'exploitation et l'ordinateur utilisés pour l'imprimer ou le visualiser. »

« PDF est un format ouvert, c'est-à-dire que ses spécifications sont connues et que son créateur Adobe Systems autorise des programmes tiers à réutiliser son format. »

La création du format PDF date de 1993. Il a été normalisé sous la référence ISO 32000-1:2008.

source : wikipedia

Chacun peut signer, comme il signe un papier avec en plus la gestion des mentions après signature (ce qui reste plus difficile avec du papier). Il est également facile d'automatiser le contrôle de la signature, alors que la démarche est difficile avec du papier.

Le flux PDF peut facilement être transporté et archivé (entreprise, institution, particulier), avec une capacité d'indexation et de recherche plus importante qu'avec du papier physique. Il existe une variante orienté archive, le PDF/A-1<sup>5</sup>, incluant tous les éléments d'interopérabilité pendant une longue durée. Une variante orientée accessibilité pour tous est en cours de normalisation.

Ce format a su depuis 20 ans s'imposer dans le monde numérique.

Son utilisation dans le monde du commerce permettrait de fluidifier le transport, l'archivage de l'information dont l'authentification et l'engagement de responsabilité des parties. Il permet de *formaliser le lien contractuel* et aux parties de *faire valeur leur droit*.

## ***Le règlement via SEPAmail***

SEPAmail est une messagerie multi-services sécurisée 4 coins entre acteurs de confiance. Un des services, le règlement via SEPAmail, permet à un marchand d'envoyer une demande règlement à un chaland. Dans le cadre de ce service, les acteurs de confiance sont la banque teneur de compte du marchand et la banque teneur de compte du chaland.

Le chaland reçoit ainsi la demande de règlement dans l'interface et l'un des canaux de sa banque. La demande de règlement, grâce au système SEPAmail, contient les données XML de traitement automatique et un document justificatif du marchand en format PDF.

Le chaland a le temps de compulsurer les différents éléments avant de prendre sa décision. Celle-ci, si elle est positive, se traduit par un paiement par virement, irrévocable et sans risque pour le marchand.

Conçu initialement pour remplacer les paiements par chèque et par TIP, le système de règlement via SEPAmail se révèle très vertueux pour certains segments de commerce électronique :

- le marchand peut envoyer des conditions générales complètes en PDF avec sa demande de règlement et ainsi offrir une réelle transparence ;
- les identifiants bancaires du marchand et du chaland ne sont plus partagés pendant l'acte d'achat et restent confidentiels au monde bancaire ;
- les deux acteurs, marchands et chaland, sont authentifiés chacun par leur banque respective ;
- le flux de demande de règlement, préalable au flux de paiement, passe par les 2 banques : ce flux n'est plus contestable.

La claire séparation des flux de « demande de règlement » et de « paiement » que permet le système de règlement via SEPAmail apporte l'équilibre désiré entre le marchand et le chaland.

## **Conclusion**

Proposer un standard de paiement sur le web via le w3C est une très bonne occasion de formaliser et proposer des principes à respecter pour la relation d'achat et de paiement entre marchands et chalands.

A l'aune de ces principes, il sera possible d'analyser l'empreinte des moyens de paiement actuels et, si ceux-ci ne sont pas assez respectueux, d'inventer de nouvelles voies de paiement plus universelles.

---

5 le format PDF/A-1 (PDF for Archive) est référencé par la norme ISO 19005-1