

Les paiements électroniques et le commerce électronique

Etude de benchmark et cas de la Tunisie

Cette présentation / rapport est incomplète sans la discussion qui l'accompagne.

Plan de la présentation

- Le commerce électronique
 - ✓ Généralités
 - ✓ A l'international
 - ✓ En Tunisie
- Les paiements électroniques
 - ✓ Tendances de marché
 - ✓ Les innovations
 - ✓ En Tunisie



Plan de la présentation

- Le commerce électronique
 - ✓ Généralités
 - ✓ A l'international
 - ✓ En Tunisie
- Les paiements électroniques
 - ✓ Tendances de marché
 - ✓ Les innovations
 - ✓ En Tunisie



Le commerce électronique

- **Techniquement**

Le commerce électronique (le e-commerce) est une activité commerciale qui s'effectue sur des réseaux reliant des dispositifs électroniques (principalement des ordinateurs).

- **Fondamentalement**

Le commerce électronique est un moyen peu coûteux de relier des ordinateurs pour effectuer des tâches qui exigent depuis toujours beaucoup de temps et d'argent de la part des entreprises. Il s'agit par exemple de la vente de produits, de la facturation, du contrôle des inventaires et de la communication avec les fournisseurs et les clients. (Industrie Canada)

Le commerce électronique

« Peut être caractérisé par deux dimensions:

- 1- celle du commerce avec cinq variables (temps, espace, interaction, relations et produits)
- 2- celle de la création de valeur avec trois variables (efficacité des opérations, efficacité de la décision, stratégie) » (Riggins 1998)

Le commerce électronique

- « le commerce électronique est l'ensemble des méthodes d'achat, de vente, et d'échanges de toute nature utilisant à la fois l'informatique et les télécommunications» Agence Tunisienne de l'Internet (ATI)
- «désigne l'ensemble des échanges commerciaux dans lesquels l'achat s'effectue sur un réseau de télécommunication» Association Française de Télématique Multimédia (AFTEL)

Le commerce électronique

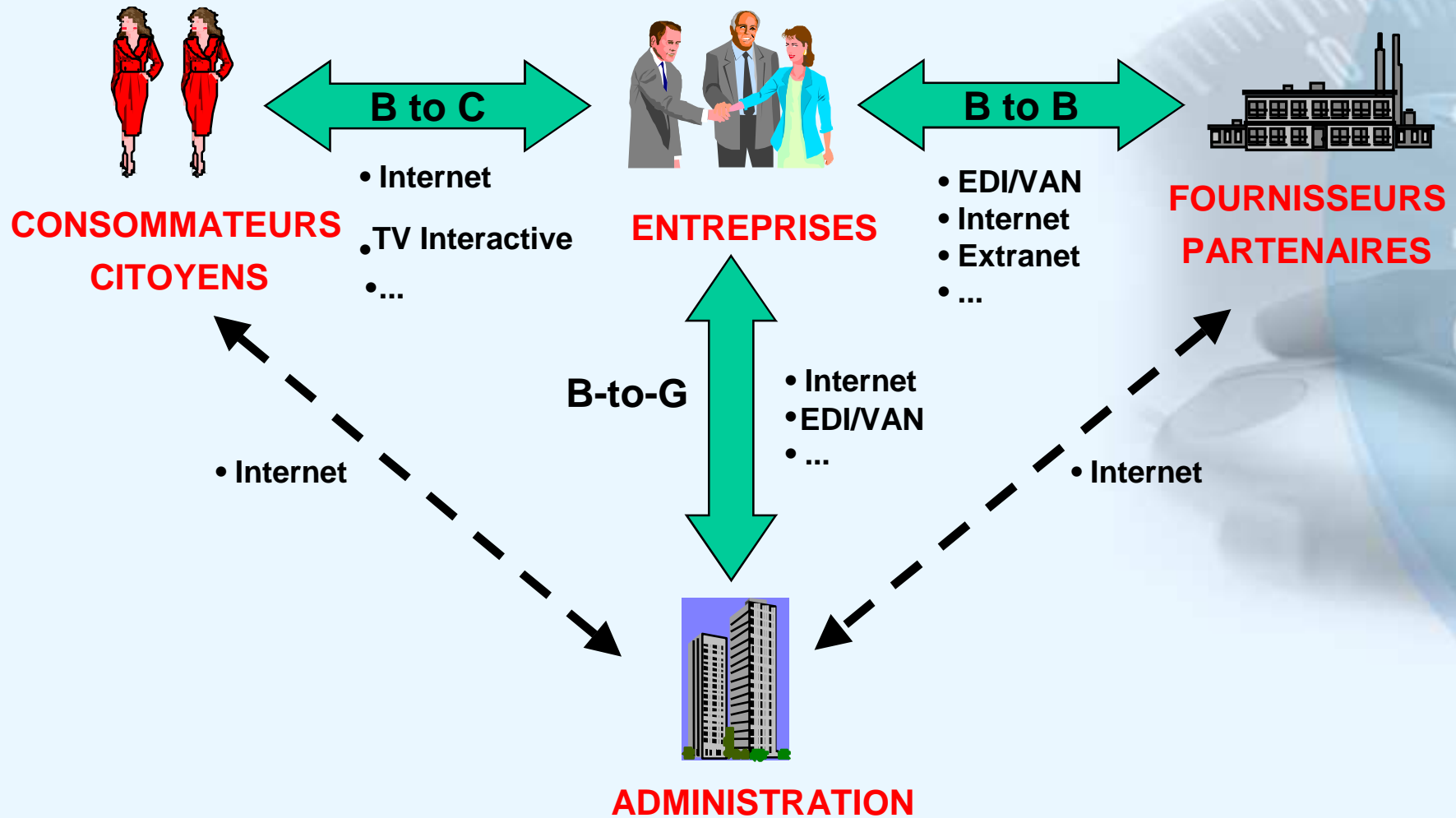
- Les deux dernières définitions mettent l'accent sur la notion d'échanges à finalité commerciale au moyen des technologies numériques
- Le concept du commerce électronique présente nécessairement les 3 traits suivants:
 - Échange à finalité commerciale;
 - Multiplicité de la nature de l'échange: Tout échange permettant d'atteindre l'objectif d'achat ou de vente;
 - Utilisation des technologies de l'information, et notamment Internet comme support pour tout ou partie du processus commercial;

Le commerce électronique

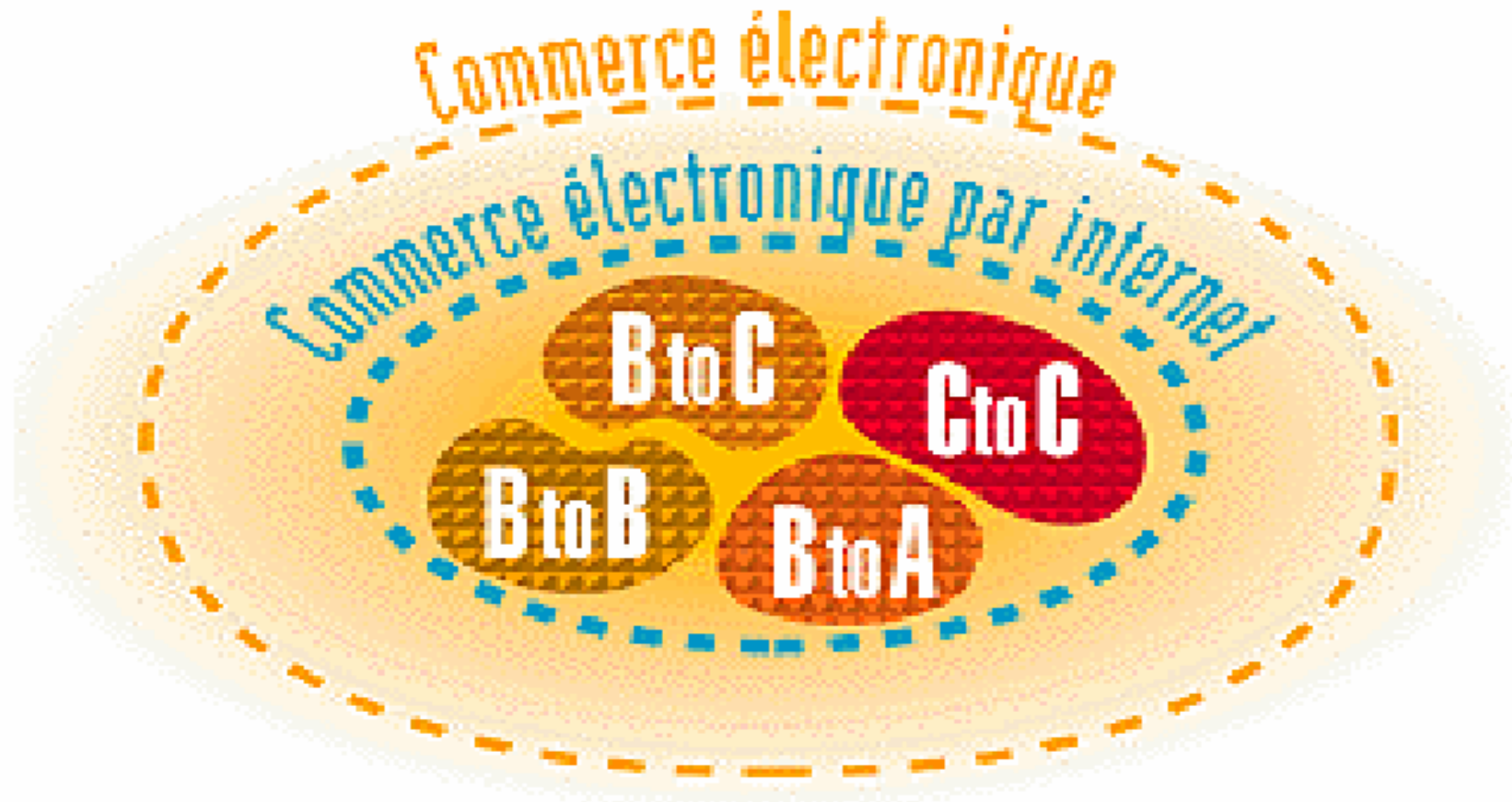
L'usage des technologies de l'information dont l'Internet, des réseaux de communications et autres moyens électroniques et technologiques pour des fins commerciales...

- ...entre entreprises : B2B
- ...entre entreprises et clients : B2C
- ...entre consommateurs : C2C
- ...entre l'administration et consommateurs : A2C
- ...entre l'administration et entreprises : A2B

Le commerce électronique



Le commerce électronique

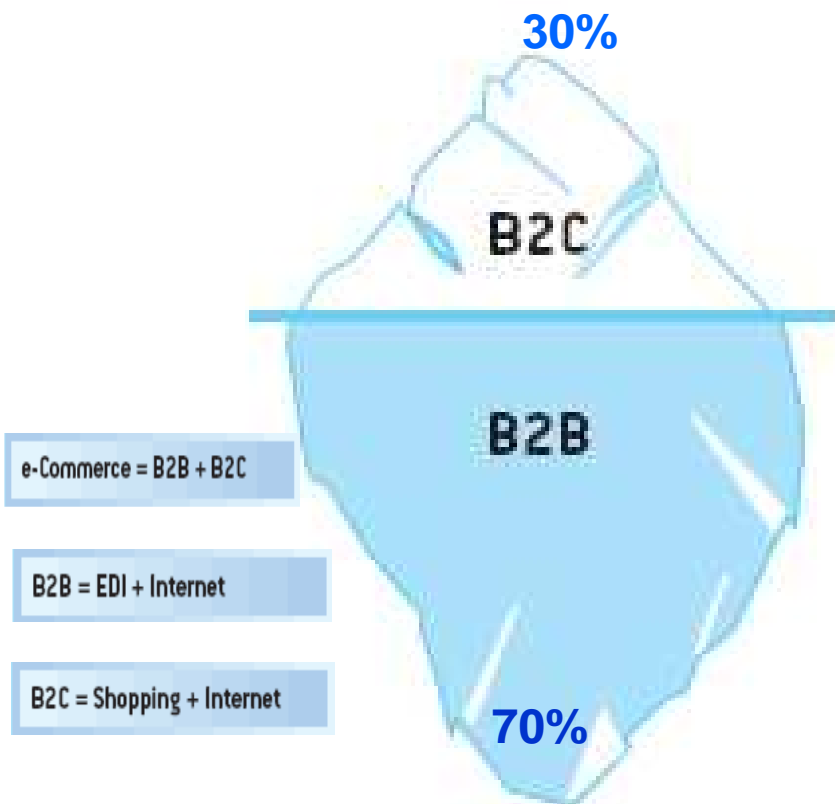


Le commerce électronique

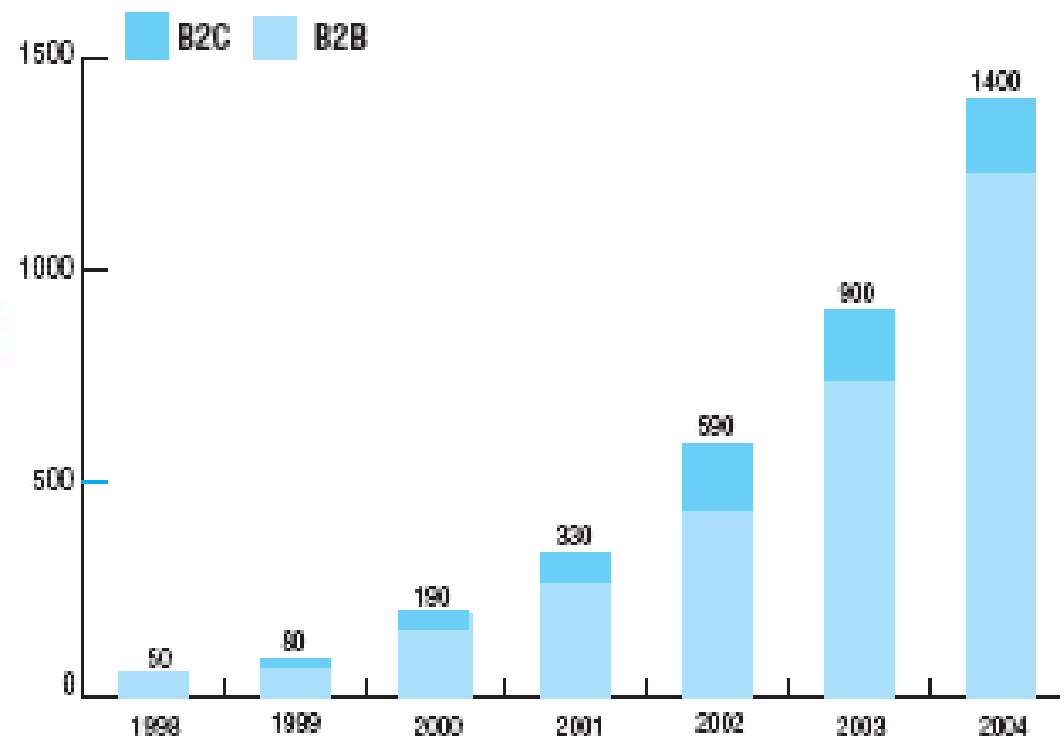
A l'international

- A l'échelle internationale le commerce électronique suit une croissance soutenue confirmant les prévisions des grands cabinets d'études spécialisés.

Graph 2: The e-Commerce Iceberg



Graph 1: Total e-Commerce Revenues, Globally (\$ billion)



Source: Keenan Vision

Le commerce électronique

A l'international

Dans le monde (Forrester Research)

- Le commerce électronique a atteint 12 827 milliard de dollars fin 2006;
- Taux de croissance annuel avoisinant les 38%;
- Le B2B atteindrait 8 500 milliard de dollars soit 70% du e-commerce total;
- L'Amérique du Nord 51,8%, l'Asie 23,7% et l'Europe 22,2% du e-commerce mondial.

Aux Etats-Unis (eMarketer 10-01-2006)

- Les ventes en ligne ont progressé de plus de 25 % en 2005 (hors voyage).
- A partir de 2006, le rythme de cette augmentation devrait commencer à se ralentir régulièrement :
 - + 21,4 % en 2006;
 - + 20,2 % en 2007;
 - + 19 % en 2008.

Le commerce électronique

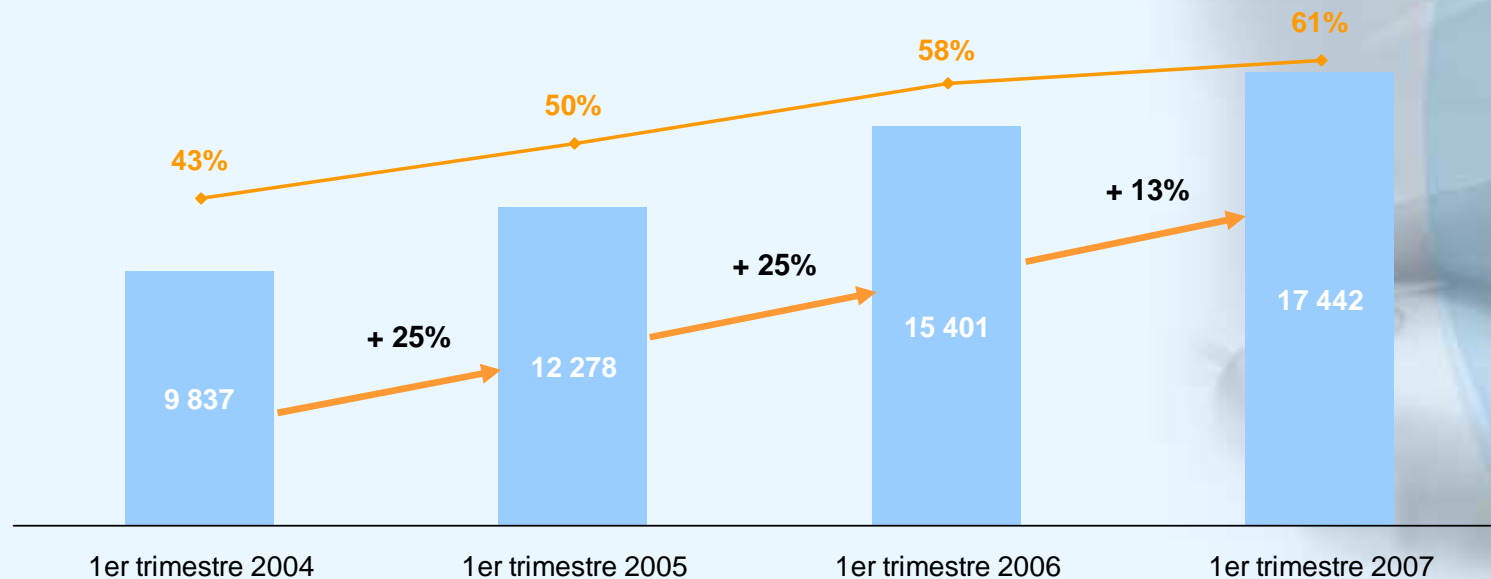
A l'international

- ***Fevad et le Ministère des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales (Avril 2007)***
 - La taille du marché du e-Commerce en France a doublé depuis deux ans dépassant la barre symbolique des 12 milliards d'euros en 2006.
 - Sur le 1er trimestre 2007, le chiffre d'affaires de l'ensemble des sites de ventes en ligne a progressé de 40% par rapport au même trimestre de 2006.
 - Le nombre d'acheteurs en ligne en France a encore augmenté au premier trimestre 2007, avec 17,9 millions d'acheteurs en ligne, une augmentation de 19% en un an.
 - Le e-commerce devrait atteindre 16,8 milliards en 2007.
 - En 2008, l'e-commerce devrait dépasser la barre des 20 milliards d'euros et 32,8 milliards d'euros en 2010.
- ***Forrester Research***
 - En 2006, 15,6 millions d'internautes avaient acheté en ligne en France, soit 24% de plus qu'en 2005; Ils devraient être 26 millions en 2011.

Le commerce électronique

A l'international

La confiance des internautes dans l'achat en ligne continue à progresser



■ Internaute confident dans l'achat en ligne (en milliers)
—● Taux de confiance dans l'achat en ligne (Internautes confiants / Total internautes)

- **61% des internautes ont confiance dans l'achat en ligne**

Le commerce électronique

A l'international

- Le montant des transactions effectués par les 7* plateformes sécurisées de paiements (pour plus de 22 000 sites) toujours en forte hausse : + 51 %,
- Une croissance portée par la création de nouveaux sites

	2006 / 2005	T1 2007/ T1 2006
Croissance du montant des paiements cartes bancaires en ligne (*)	+ 46 %	+ 51 %
Montant moyen d'une transaction (**)	90 €	91 €

*ATOS ORIGIN, CAISSE NATIONALE DES CAISSES D'EPARGNE, PAY BOX, EXPERIAN, OGONE + CREDIT MUTUEL-CIC et PAYPAL

(*) calculé à partir des données communiquées par les plateformes de paiements membres du panel PSP iCE/Fevad, déduction faite des sites du panel iCE 30

(**) calculé à partir des données communiquées par les plateformes de paiements membres du panel PSP iCE/Fevad, sans déduction des sites de l'iCE 30

Le commerce électronique

A l'international

France Vs pays européens

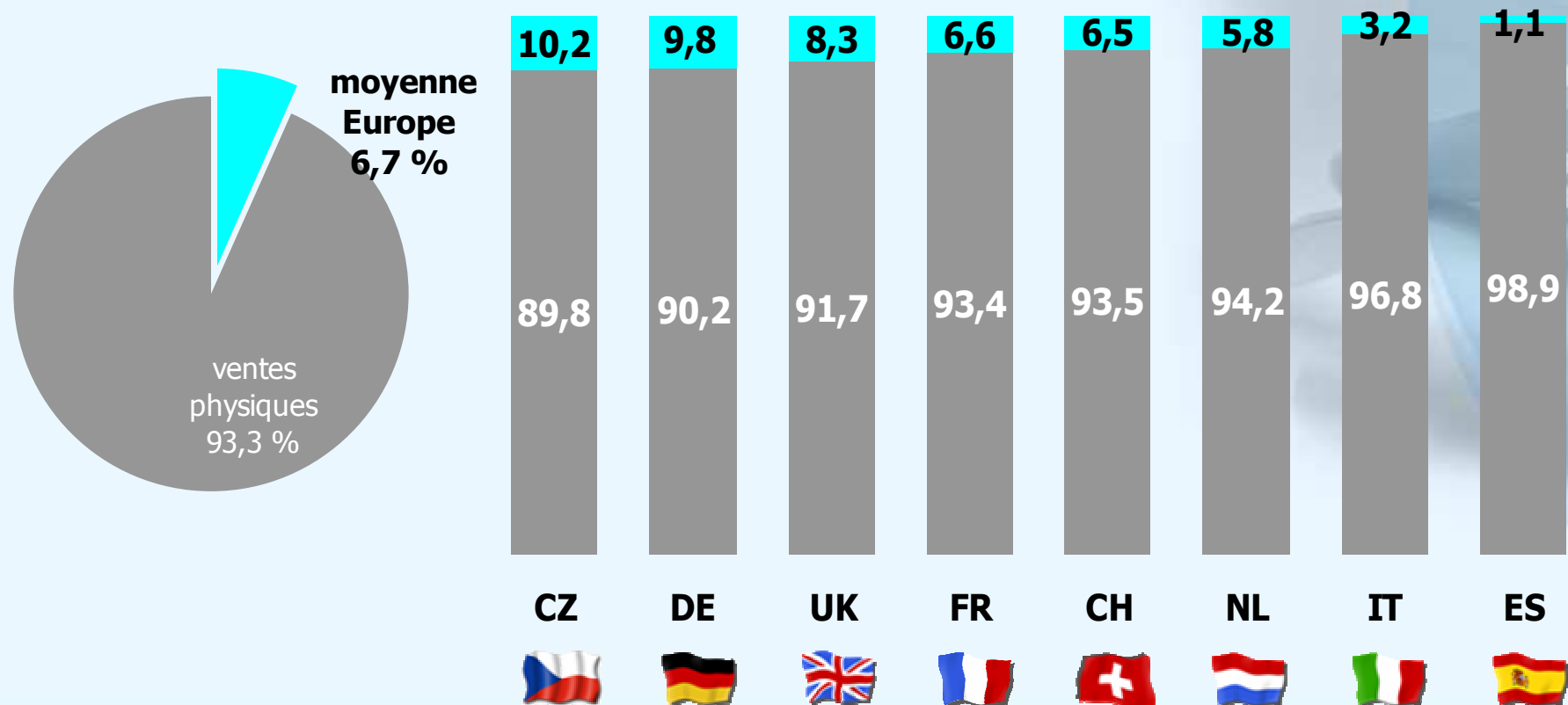
- En terme de dépenses la France affiche encore un sérieux retard sur l'Allemagne et la Grande-Bretagne, les pays champions du secteur en Europe.
- En 2006:
 - Les Français ont dépensé 12 milliards d'euros sur le Net;
 - Les Allemands ont dépensé 22,8 milliards en ligne et 62,2 milliards en 2011;
 - Les Britanniques ont dépensé 43 milliards cette année et 76,4 milliards dans cinq ans.

Le commerce électronique

A l'international

Tour d'horizon européen sur les ventes Internet : la France se classe 4ème

Poids d'internet valeur/marché 2006



Le commerce électronique

En Tunisie

Nombre de contrats (Abonnements totaux Internet)	187 074
Nombre d'abonnés (connexion à haut débit)	60 797
Nombre de publinets	238
Nombre de comptes emails	164 830
Nombre d'utilisateurs	1 393 500
Nombre de noms de domaines	5 792
Nombre de sites web (informationnels et transactionnels)	5 232
Tunisie taux d'équipement de PC toute catégories confondues	4,5%
Tunisie taux d'équipement de PC pour les foyers	7,7%
Nombre de F.S.I	12 (7publics et 5 privés)
Nombre de S.S.I.I	1548
Étudiants dans le branches des N.T.I.C (10%)	40 000
Moyenne Mondiale (utilisation Internet)	13,82%
Moyenne Tunisie utilisateurs Internet 30ème position	8,4%

Le commerce électronique

En Tunisie

- La Tunisie est le 1er Pays Africain et le 2éme Arabe en matière de prédisposition aux NTICs, selon le Rapport de Davos 2006 (115 pays)
- D'après l'étude de l'UIT (Union Internationales des Télécommunications), le taux d'utilisateurs d'Internet a atteint 8,4% en mai 2006 en Tunisie;
- Un étude complémentaire de www.internetworldstats.com prévoit une croissance annuelle de 143%;
- Lignes fixes: 1,5 million (selon les chiffres de Tunisie Télécom);
- Il y a lieu d'atteindre 6 millions de lignes;
- Lignes mobiles 6.9 millions de lignes;
- Le Wimax et l'Internet mobile permettront de dépasser le seuil de 1 million d'utilisateurs.

Le commerce électronique

En Tunisie

- ❑ La communauté Internet va au moins tripler pour l'année 2007:
 - ✓ Disponibilité des lignes ADSL
 - ✓ Amélioration de la bande passante internationale
 - ✓ Disponibilité des cartes de crédit internationales

Le commerce électronique

En Tunisie

Le Wimax en tant qu'accélérateur

- Le Wimax (50e anniversaire de l'Indépendance) a été déployé en Tunisie en 2007, avec une priorité donnée aux zones non couvertes par Internet et l'ADSL. Pour le Grand Tunis, le Wimax est déployé dans une logique de renforcement du haut débit et ce afin d'améliorer la qualité des connexions.
 - Premier test effectué lors du festival de l'Internet (Août 2006)
 - Démarrage d'un projet pilote la semaine du 7 Novembre 2006 effectué par Divona Télécom (le 1^{er} opérateur privée du V-SAT) dans le gouvernorat de Sfax:
 - ✓ Couverture de la zone industrielle de La Poudrière et du centre ville;
 - ✓ Autres villes prévues: Nabeul, Hammamet et Djerba;
 - ✓ Objectif global: 1.4 millions d'abonnés d'ici 2011 avec 5 millions d'utilisateurs
 - Deuxième essai effectué en Janvier dans la Banlieue Nord de Tunis



Internet mobile

- Le **PushMail** (Tunisie Télécom) après le «MobiMail» / « Email Mobile de Tunisiana » et **UMTS** (Universal Mobile telecommunications System)

Le commerce électronique

En Tunisie

❑ **320 sites transactionnels/5232 sites totaux**

❑ **Les exportations par voie électronique (e-Export)**

- ✓ 5.943 millions de dinars (Déc 2006) contre 0.748 millions de dinars (2005 complet);
- ✓ 8 fois plus que 2005;
- ✓ 30,8% du total du e-commerce (biens et services).

❑ **SPS-SMT & e-Dinar**

- ✓ Transactions internationales: 12 fois plus que 2005 (E-services: e-tourisme, billetterie,...);
- ✓ Transactions nationales: 7 fois plus que 2005 (inscription en ligne, facturation,...).

	Nationales en mDT	Internationales en mDT	Total
SPS-SMT	1 280,3	5 844,6	7 124,9
e-Dinar	14 888,8	98,4	14 987,2
Total	16 169,1	5 943,0	22 112,1

Plan de la présentation

- Le commerce électronique
 - ✓ Généralités
 - ✓ A l'international
 - ✓ En Tunisie
- Les paiements électroniques
 - ✓ Tendances de marché
 - ✓ Les innovations
 - ✓ En Tunisie



Les paiements électroniques

Tendances de marché

Des solutions de paiements pour tous les segments de marché du commerce électronique.

➤ **B2B : Commerce inter-entreprise**

(3 950 milliards de \$ en 2004, Gartner Group)

- ✓ **EIPP**: Présentation et paiement d'état de comptes
- ✓ **B2G**: Entreprises et gouvernement

➤ **B2C: Vente directe aux clients privés**

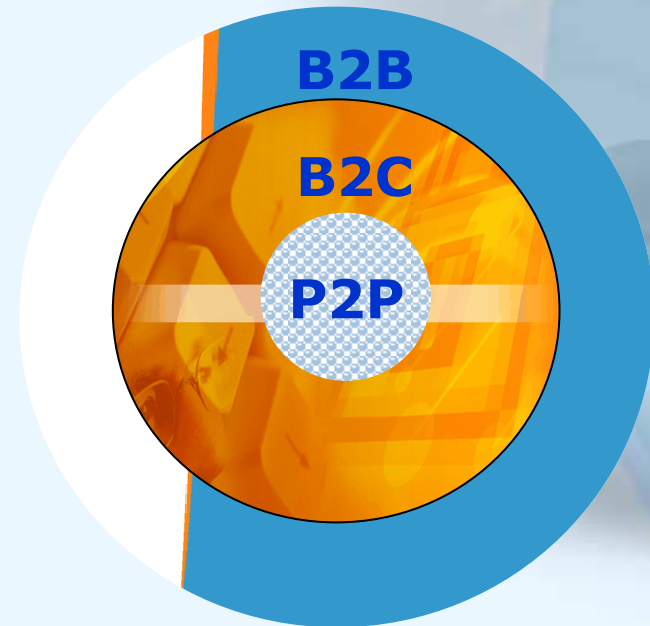
(1 325 milliards de \$ en 2004, Fortune magazine)

- ✓ **EBPP**: Présentation et paiement de factures électroniques

➤ **P2P: Paiement de personne à personne par Email**

(46,25 milliards de \$ en 2003, Celent Communications)

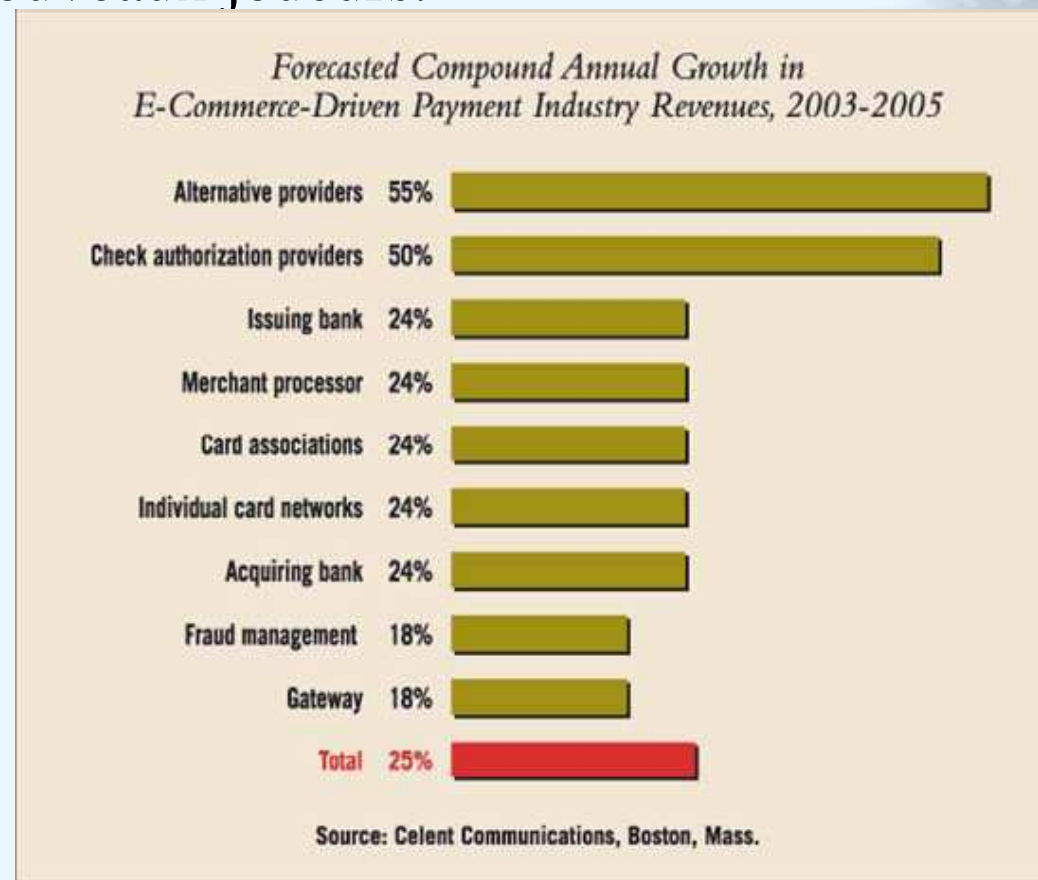
- ✓ **C2C**: Activités commerciales entre particuliers



Les paiements électroniques

Tendances de marché

- L'industrie des paiements électroniques ne cesse d'évoluer et de ramener des nouveaux joueurs.



Les paiements électroniques

Tendances de marché

- Plusieurs moyens s'offrent aux consommateurs : les cartes de crédits, les chèques électroniques, les cartes prépayées, les paiements biométriques... et tout récemment le débit sur Internet (détaillé dans la section précédente).
- D'autre part, de nouveaux joueurs ont réussi à se positionner en offrant des solutions assez personnalisées .
- Ils sont qualifiés de « **niche – players** », on peut citer BillMeLater, Paypal (P2P), Peppercoin (pour les micros paiements)....

Les paiements électroniques

Tendances de marché

- **Les cartes de crédit**

- ✓ Sur Internet et grâce aux cartes de crédits, les banques continuent à jouer un rôle majeur ou plus concrètement à profiter des gains substantiels qu'offrent ces moyens de paiement.
- ✓ Les cartes de crédits peuvent régler tout achat sur Internet d'autant plus qu'elles sont acceptées partout dans le monde.
- ✓ Selon e-marketers, les cartes de crédits auraient 82% de parts de marché dans les « paiements du commerce électronique » en 2005.

Les paiements électroniques

Tendances de marché

- **Les micro-paiements**

- ✓ Sur le web les micro-paiements sont des paiements pour des transactions à faible valeur monétaire.
- ✓ Ils sont généralement des transactions dont la valeur unitaire est inférieure à cinq dollars.
- ✓ Ils sont utilisés pour régler des l'achat non récurrents le plus souvent des contenus digitaux notamment le téléchargement de musiques ou d'articles.
- ✓ Selon TowerGroup le marché des micro-paiements représente une activité en pleine expansion puisque les revenus générés sont de 2.00 \$ billion en 2003 et on prévoit des revenus futurs de l'ordre de 11.5 \$ billion en 2009.
- ✓ Emergence de nouveaux joueurs ou de nouveaux modèles de paiement qui offrent des moyens pour supporter les « cash-for bits transactions » notamment Peppercoin, Bitpass, et Paystone Technologies.

Les paiements électroniques

Tendances de marché

- **Les paiements de personne à personne**
 - ✓ L'exemple le plus éloquent demeure Paypal.
 - ✓ Il s'agit d'un modèle d'affaire qui a fait ses preuves dans le marché des encans en ligne.
 - ✓ Les internautes transfèrent leurs argents de leurs comptes bancaires à leurs comptes de Paypal pour payer leurs achats sur le site de eBay. Cette méthode de paiement a été même utilisée par des PME.
 - ✓ Selon TowerGroup, 69% des paiements facilités par Paypal en 2003 ont été initiés lors des transactions d'enchères.
 - ✓ Les concurrents (autres joueurs P2P) qui ne sont pas dotés d'un partenaire aussi fort que e-Bay, trouvent des difficultés pour soutenir leurs croissances. L
 - ✓ Les exemples de la Bank One avec son service de eMoneyMail et celui de la Citigroup avec son c2it n'ont pas réussi à faire leurs preuves dans l'arène du P2P.

Beaucoup d'analystes pensent que ce type de paiement ne constitue pas une menace pour les banques mais plutôt une opportunité à saisir.

Les paiements électroniques

Tendances de marché

- **Initiatives des cartes de crédit (EMV)**
- **Cartes prépayées**
- **Portefeuilles virtuels : HyperWallet,...**
- **P2P solutions:**
 - **Solutions hors ligne**
 - Western Union
 - MoneyGram
 - **Solution de P2P en ligne**
 - CertaPay
 - PayPal (Billpoint)
 - Yahoo PayDirect
 - CyberCash
 - Citibank's C2it
- **La prochaine génération: Solution de débit en ligne**
Solution globale

Factors Discouraging U.S. Consumers From Using A Credit Card Online

Factor	Percentage
Concerned about security	70%
Hassle to enter information	9%
Don't have a credit card	7%
Don't like interest charges	6%
Purchase value too small	4%
Exceeded personal limit	4%

PaymentOne, April 2003

Concerns U.S. Consumers Have About Making Internet Purchases

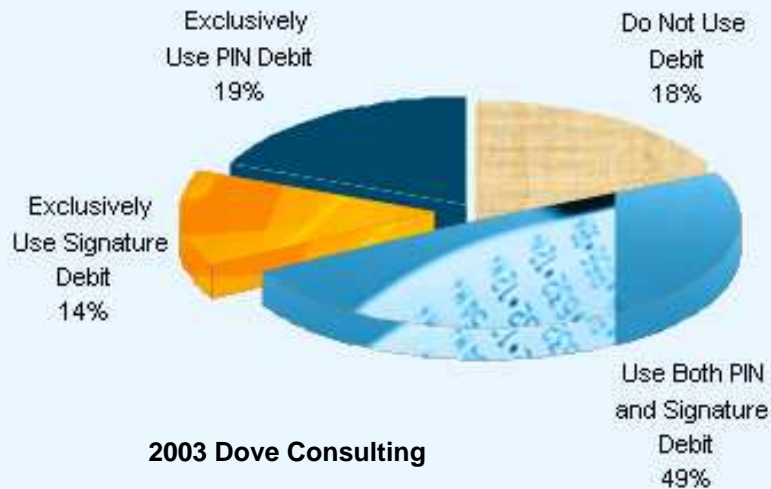
Concern	Percentage
Information sold to third party	72%
Information stolen from web databases	66%
Transmitting credit card number	63%
Transmitting address or personal data	61%
Receiving unwanted e-mails	57%

Ipsos Public Affairs, December 2003

Les paiements électroniques

Tendances de marché

Usage of PIN vs. Signature Debit



"PIN" & "Signature Debit", la bataille

➤ Les cartes de débit dans le marché américain:

- ✓ 80% des consommateurs ont une carte de débit;
- ✓ 79% des détenteurs les utilisent.

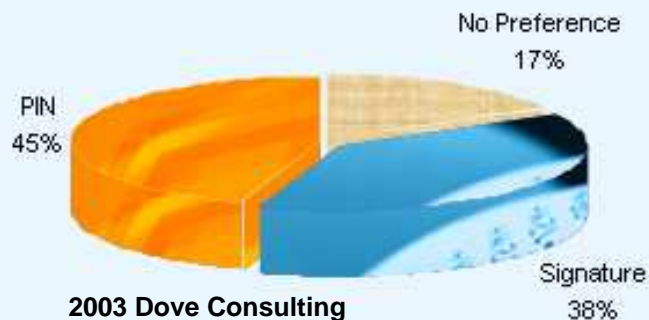
➤ Le "PIN Momentum":

- ✓ 45% des détenteurs préfèrent le "PIN debit";
- ✓ 38% préfèrent signer un reçu.

➤ Paiements émergents:

- ✓ Un nouvel environnement "Mixé";
- ✓ Électronification des chèques (The Check 21 passage);
- ✓ Migration vers les formes de paiements électroniques;
- ✓ Les paiements par cartes de débit grands bénéficiaires.

Consumer Preference between PIN and Signature Debit



Les institutions financières doivent se positionner pour tirer avantage de ses tendances et des préférences des consommateurs afin de maintenir leur positionnement au cœur stratégique des paiements.

Les paiements électroniques

Tendances de marché

Marché américain

Modèle "Push" vs. modèle "Pull"

➤ Crainte d'utiliser le débit par ACH:

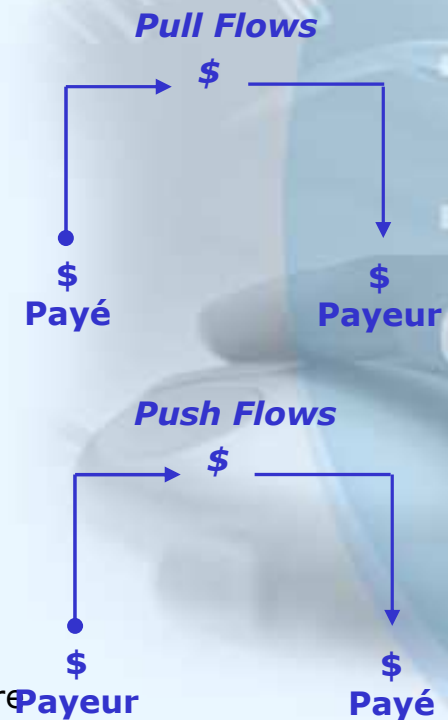
- ✓ Divulcation d'informations;
- ✓ Crainte du débit non autorisé;
- ✓ Erreurs dans le montant débité;

➤ Solution de "Debit pull" et perte de contrôle:

- ✓ Viens dans mon compte et débite!
- ✓ Relation de confiance entre les partenaires

➤ L'autre perspective

- ✓ Le modèle de credit push (Push credit ACHs) et l'authentification bancaire
- ✓ La solution de consumer push (ACH, EFT,...)



Les paiements électroniques

Les innovations

- **Initiative de la NACHA**
- ✓ Sur le marché américain, la NACHA est un organisme regroupant 12 millions d'institutions financières aux E-U a développé une solution dans le cadre d'un projet appelé Projet Action.
- ✓ Cette nouvelle catégorie est destinée aux marchands qui vendent leurs produits et services sur Internet.
- ✓ La solution de la NACHA suit le modèle du «credit- push » selon lequel le consommateur donne l'ordre à sa banque de transférer les fonds au marchand au lieu de commander et laisser les demandes de transferts au marchand

Les paiements électroniques

Les innovations

- Interac Online



Online

Solu
tions

Internet Debit...How it will work



ACISYS
CORPORATION

Les paiements électroniques

Les innovations



Démo

Les paiements électroniques

En Tunisie

La Tunisie jouit de deux solutions de paiements électronique: le e-Dinar de la poste tunisienne et le paiement par carte bancaire “Serveur de paiement sécurisé” SPS-SMT de la Société Monétique de Tunisie.

Mis à part le

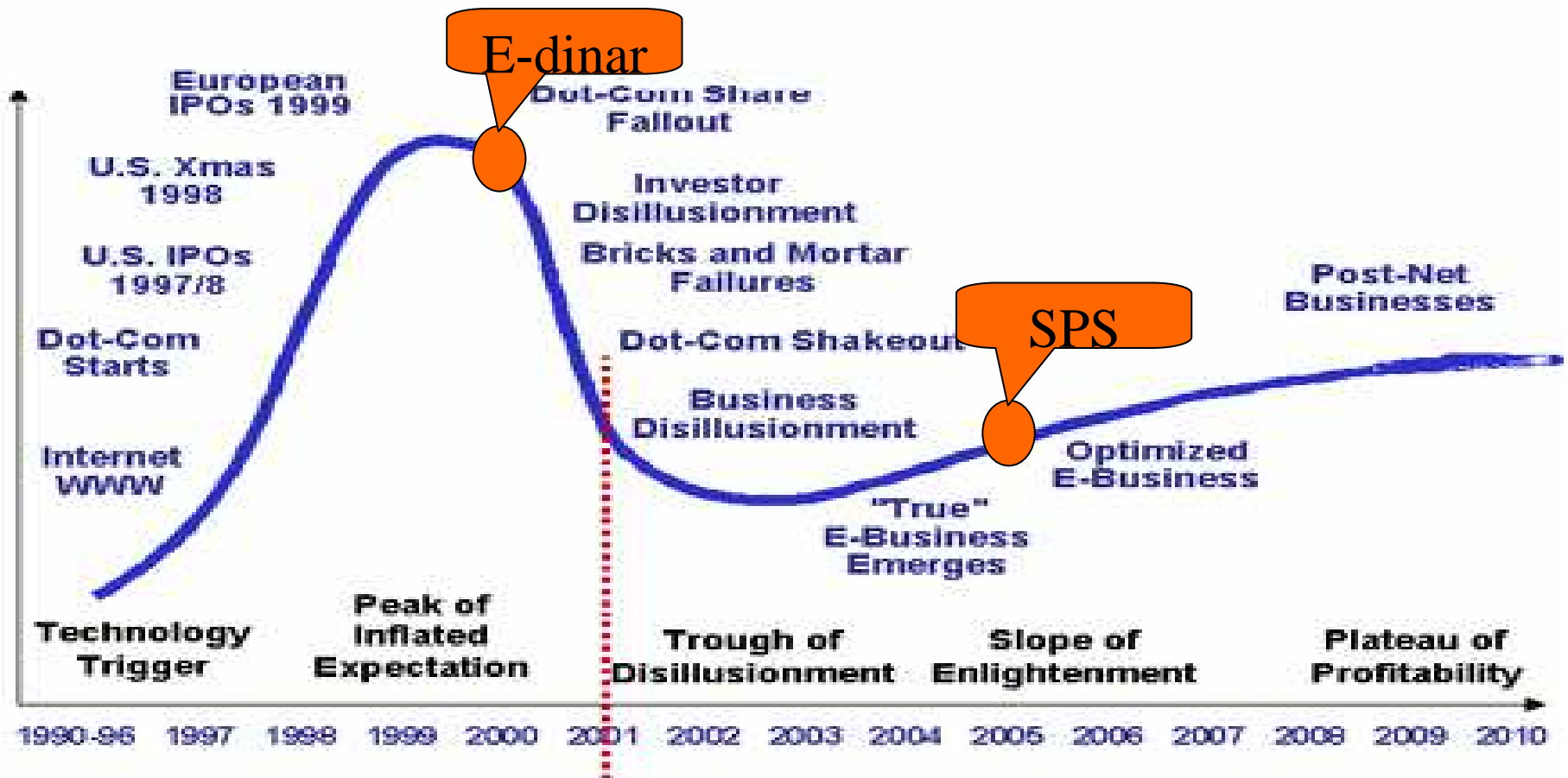
Systeme de virement des Gros Montants Tunisiens (SGMT) de la Banque Centrale de Tunisie et la nouvelle Carte d'Allocation Touristique CAT.



Les paiements électroniques

Tendances de marché

The Internet - Trends



Les paiements électroniques

En Tunisie

Internet mobile / Connectivité mobile

- Nombre de lignes mobile avoisinE les 7,7 millions
- Les initiatives des 2 opérateurs mobiles du pays: Le **PushMail** après le «MobiMail» / «Email Mobile» et **UMTS*** & les deux monnaies électroniques vituelles TTCash/TunisianLight
- Plus de 70% de la population serait des internautes mobiles potentiels.



*(Universal Mobile telecommunications System)

Les paiements électroniques

En Tunisie

Le téléphone mobile (terminal mobile) serait le vecteur d'une nouvelle génération de e-commerce;

Internet mobile+Wimax=M-commerce

La Tunisie dans son virage vers la net économie devra tirer avantage de cette donne pour développer des services dans un environnement mobile, des services de m-commerce.



Les paiements électroniques et le commerce électronique: Etude de benchmark et cas de la Tunisie

Merci pour votre attention

Walid Kooli
Chargé du commerce électronique
Ministère du commerce et de l'artisanat
Email: walid.kooli@hec.ca