

Mythes et réalités de l'interchange

Mythe : La commission d'interchange est une « taxe déguisée » imposée aux consommateurs.

Réalité : En réalité, la commission d'interchange n'est pas une taxe déguisée. L'interchange n'est pas payé par les consommateurs. Il s'agit d'une commission versée par la banque du commerçant à la banque du titulaire de la carte et qui sert à équilibrer les coûts du système de paiement. L'interchange est une composante du taux d'escompte des commerçants, que ces derniers versent en contrepartie des avantages dont ils bénéficient lorsqu'ils choisissent d'accepter les cartes de paiement. Ces avantages comprennent notamment l'augmentation du chiffre d'affaires, la garantie du paiement (notamment en cas de fraude) ainsi que la rapidité de paiement.

Le taux d'escompte des commerçants, qui peut inclure des coûts comme les frais de traitement des opérations ou de location de terminal, n'est qu'un des nombreux frais engagés par le commerçant pour le fonctionnement de son activité, comme l'électricité, le loyer ou les frais de publicité. Les consommateurs comprennent que les commerçants tiennent compte de tous les frais d'exploitation de leur activité dans leurs prix. Considérer ces frais comme une « taxe déguisée » pour les consommateurs reviendrait à présenter - à tort - les frais locatifs ou le coût des services publics comme une « taxe déguisée » imposée à leurs clients.

De plus, la commission d'interchange n'est pas déguisée. MasterCard rend publiques ses commissions d'interchange sur son site Web, et les commerçants sont libres de divulguer ces commissions (ou le taux d'escompte qu'ils paient) à leurs clients. Les commerçants peuvent choisir de ne pas divulguer ces commissions aux consommateurs de la même façon qu'ils peuvent choisir de ne pas divulguer tout autre coût lié à leur activité ou la manière de fixer le prix de leurs marchandises.

Mythe : La réduction de l'interchange profiterait aux consommateurs.

Réalité : En réalité, l'interchange sert à réduire les coûts des consommateurs en équilibrant les frais consentis pour inciter les commerçants à accepter les cartes, les émetteurs à émettre des cartes et les titulaires de cartes à les utiliser. Le simple fait de réduire la commission d'interchange des commerçants entraînera une majoration des frais pour les émetteurs de cartes et leurs clients, les titulaires de cartes.

Si les émetteurs ne sont pas rémunérés, par le biais des commissions d'interchange, pour supporter le risque de crédit, de fraude et le coût de tous les avantages qu'ils fournissent aux commerçants, ils émettraient probablement moins de cartes, limiteraient les primes et les avantages des consommateurs et augmenteraient les frais de ces derniers. En outre, s'il y a moins de cartes en circulation et moins de

titulaires de cartes qui les utilisent, les commerçants perdraient finalement les avantages qu'ils tirent des paiements électroniques.

En Australie, où la commission d'interchange a été réduite par une décision gouvernementale, les consommateurs doivent maintenant faire face à d'autres frais et à une augmentation des taux d'intérêt, et les programmes de promotions et autres avantages se sont érodés. De plus, rien ne prouve que les commerçants aient effectivement baissé les prix finaux pour les consommateurs.

Mythe : Les consommateurs ne reçoivent aucune plus-value de l'interchange.

Réalité : L'interchange offre aux consommateurs une plus-value importante, ainsi que plus de choix et de flexibilité. En offrant des incitants aux émetteurs de carte, l'interchange encourage ces derniers à innover et à développer de nouvelles options de paiement, à étendre la gamme de produits disponibles pour les consommateurs ainsi qu'à investir dans des mesures de prévention de la fraude. Dans des pays comme l'Australie où l'interchange a été réglementé, les frais des consommateurs ont augmenté. De plus, les primes et les avantages dont ils bénéficiaient auparavant se sont érodés. Par ailleurs, en incitant les commerçants à accepter les cartes, l'interchange permet aux consommateurs d'accéder aux commerçants en ligne et traditionnels dans le monde entier.

Mythe : La commission d'interchange est plus élevée que les frais annuels, les frais d'avance de fonds, les frais de paiement différé et les frais de dépassement de limite de crédit des titulaires de carte.

Réalité : L'interchange n'est pas payé par les consommateurs. Il s'agit d'une commission payée entre les banques pour équilibrer les coûts du système de paiement ; c'est également une composante des frais que les commerçants paient en contrepartie des avantages dont ils bénéficient lorsqu'ils choisissent d'accepter les cartes de paiement. En outre, les détaillants sont libres d'offrir des remises aux utilisateurs d'espèces et de chèques.

Mythe : L'interchange fait partie d'un plan illégal de « fixation des prix ».

Réalité : Bien que les régulateurs de plusieurs pays aient adopté une réglementation condamnant les commissions d'interchange de MasterCard, la « fixation des prix » n'est pas la théorie légale sur laquelle se fondent leurs décisions. Cette matière a plutôt été envisagée sous l'angle suivant : qui doit fixer la commission d'interchange et/ou quel est le niveau d'interchange approprié ? Aucun tribunal n'a jugé l'interchange illégal, que ce soit dans le cadre d'un plan de fixation des prix ou de toute autre manière.

MasterCard établit des commissions d'interchange par défaut afin d'inciter les commerçants à accepter les cartes et les émetteurs de cartes à fournir des produits novateurs qui répondent à la demande des consommateurs. Plus important encore, alors que MasterCard fixe une commission d'interchange par défaut pour permettre

une interaction efficace entre des milliers d'institutions financières, elle ne tire aucun revenu de cette commission. Sur cette base, MasterCard soutient non seulement que la commission d'interchange ne limite pas la concurrence, mais au contraire qu'elle l'améliore en facilitant l'offre de produits et de services qui, autrement, n'existeraient pas sur le marché.

Mythe : La commission d'interchange est préjudiciable pour les activités des commerçants.

Réalité : L'interchange existe pour atteindre un objectif précis : maximiser l'utilisation, c'est-à-dire pour qu'il y ait plus de cartes dans les mains des consommateurs, plus de commerçants qui acceptent les cartes, et plus de transactions. Il fournit un mécanisme qui vise à compenser les frais plus élevés liés à l'émission de cartes par rapport aux coûts d'acceptation des cartes. En réalité, les commerçants qui acceptent les cartes MasterCard reçoivent une plus-value extraordinaire en échange d'une commission relativement limitée. C'est pourquoi, ces 40 dernières années, MasterCard est passée de zéro à plus de 25 millions de lieux d'acceptation de commerçants.

L'acceptation de MasterCard garantit aux commerçants des avantages importants, parmi lesquels l'augmentation des ventes, la gestion des pertes liées au défaut de paiement et la fraude, ainsi que l'absence de coûts pour se conformer aux réglementations. En échange d'un taux d'escompte modeste, les commerçants peuvent participer à un système de paiement qui est beaucoup plus rentable pour eux que l'émission de leur propre carte exclusive ou une quelconque autre forme de crédit liée au magasin.

Mythe : MasterCard ne divulgue pas ses taux et ses règles d'interchange aux commerçants.

Réalité : MasterCard publie sans restriction sur son site internet ses taux d'interchange et ses règles de fonctionnement applicables aux commerçants, ainsi que des informations complètes destinées à aider les commerçants à comprendre les taux et leur mode d'application. Ces dispositions sont destinées à favoriser l'instauration d'un dialogue permanent avec les commerçants, les consommateurs et toute autre personne sur les taux d'interchange et leur divulgation.

Mythe : Les règles de MasterCard interdisent ou empêchent finalement les commerçants de divulguer ces commissions aux consommateurs.

Réalité : MasterCard n'a pas édicté de règle interdisant aux commerçants de divulguer ce qu'ils paient pour l'acceptation des cartes de paiement. Les commerçants sont libres de divulguer leur taux d'escompte, leur commission d'interchange ou tout autre coût qu'ils supportent. Ils ont également le loisir d'orienter les clients vers une autre forme de paiement ou d'offrir aux clients une remise pour l'utilisation d'espèces ou de chèques. Les commerçants peuvent choisir de ne pas

dévoiler ces coûts aux consommateurs de la même façon qu'ils peuvent choisir de ne pas dévoiler tout autre coût lié à leur activité ou la manière de « tarifer » leurs marchandises.

Mythe : Les règles des sociétés de cartes de paiement interdisent aux commerçants de proposer des remises sur les espèces et les chèques.

Réalité : MasterCard a toujours autorisé les commerçants à proposer des remises sur les espèces et les chèques. Dans certains pays, les stations-service, par exemple, offraient régulièrement des remises sur les paiements en espèces, mais la majorité a cessé cette pratique. Ces types d'établissement reconnaissent maintenant que les cartes de paiement, telles que MasterCard, leur apportent des avantages importants par rapport aux opérations effectuées en espèces ou par chèque.

Mythe : Les commerçants n'ont pas d'autre choix que de payer une commission d'interchange fixe.

Réalité : Si un détaillant est mécontent du taux d'escompte qu'il a négocié avec sa banque pour l'acceptation des cartes MasterCard, différentes alternatives s'offrent à lui : il peut offrir des remises aux clients qui paient en espèces ou par chèque, négocier un taux d'escompte de commerçant différent avec sa banque ou opter pour une banque qui pratique des taux plus concurrentiels, ou choisir de ne pas accepter les cartes MasterCard. Les institutions financières et les fournisseurs de cartes de paiement se livrent une concurrence importante pour développer l'acceptation au niveau des commerçants. Bien entendu, ces derniers sont libres de choisir les options de paiement qu'ils acceptent et peuvent encourager leurs clients à utiliser un mode de paiement particulier.

Mythe : La commission d'interchange a connu une hausse « spectaculaire » ces dernières années, et les Américains paient la commission d'interchange la plus élevée du monde.

Réalité : Les *taux* d'interchange ont augmenté très lentement (1,9% depuis 1990 - bien en dessous du taux d'inflation). La *commission* d'interchange totale payée entre les banques a augmenté, car de plus en plus de commerçants ont choisi d'accepter les cartes de paiement pour augmenter leurs revenus et bénéficier des nombreux autres avantages que les cartes de paiement leur procurent. La valeur de ces avantages augmente sans cesse puisque des innovations comme PayPass et la multiplicité des nouvelles offres de cartes incitent davantage de consommateurs à opter pour le paiement avec leur carte MasterCard. De plus, selon le rapport Aite, les commerçants américains paient des taux d'escompte qui sont réellement inférieurs à ceux pratiqués dans la plupart des autres pays du monde.

Mythe : Il n'y a pas assez de concurrence dans le secteur des cartes de paiement.

Réalité : Il y a une concurrence énorme entre les fournisseurs de cartes de paiement. Outre MasterCard, Visa, American Express et Discover, il existe de nombreux réseaux de débit en Europe, dont BC/MC, ec, CB, PagoBancomat, PIN. Les fournisseurs de modes de paiement alternatifs, comme PayPal et Google Checkout, témoignent également de la concurrence farouche que se livrent les acteurs du marché des paiements. Évidemment, les commerçants sont libres de choisir, s'il y a lieu, les cartes de paiement qu'ils acceptent et ont également le loisir d'encourager leurs clients à utiliser des marques particulières.

Mythe : L'an dernier, MasterCard a récolté 36 millions d'USD rien qu'en commissions d'interchange.

Réalité : MasterCard ne perçoit aucun revenu de l'interchange.