

Livre Blanc

# La sécurité des transactions commerciales sur Internet

Mise à Jour - Mai 2003

FIA-NET

22 rue Drouot 75009 Paris

Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement de FIA-NET, de ses ayants droits, ou ayants cause, est illicite (Loi du 11 mars 1957, article 40, alinéa 1). Toutefois, la loi du 11 mars 1957 autorise les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective d'une part, et, d'autre part, les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration (Article 41, alinéas 2 et 3).

© FIA-NET - 2003

Comme chaque année depuis l'an 2000, FIA-NET publie son Livre Blanc. Cette mise à jour permet de mesurer les évolutions majeures qui concernent le marché des transactions en ligne et sa sécurité de 2000 à 2002.

Elle permet également de donner la vision la plus à jour possible des chiffres de la fraude sur le commerce électronique. En effet, cette dernière se caractérise par un temps de latence souvent important avant sa découverte, en raison du délai de remontée de l'information à travers le réseau bancaire. Aussi les chiffres livrés par FIA-NET sur 2001 dans son dernier livre blanc ont-ils encore évolué et les chiffres 2002 ne doivent-ils pas être considérés comme définitifs.

Ils permettent toutefois d'observer de premières tendances très significatives.

La méthodologie employée FIA-NET pour constituer la présente mise à jour n'a pas varié.

FIA-NET a rédigé ce livre blanc en se fondant sur deux sources d'informations majeures :

- les déclarations de sinistres adressées par ses clients, sites marchands, assurés contre les fraudes sur Internet ou utilisant son système d'analyse des commandes.

- les déclarations de sinistres adressées par les internautes consommateurs, soit directement sur le site FIA-NET, soit par l'intermédiaire d'un marchand assuré, soit via les questionnaires de suivi envoyés par FIA-NET dans le cadre de son opération « qualité – satisfaction ».

### **Évolution du périmètre :**

La fin de l'année 2001 et surtout l'année 2002 ont été marquées par une évolution majeure du positionnement et de l'offre FIA-NET : suite à la hausse très importante des fraudes à la carte bancaire entre 2000 et 2001, signalée dans la dernière mise à jour du livre blanc de juin 2002, FIA-NET a lancé en septembre 2001 un système technique d'analyse des commandes et de détection de la fraude.

Ce système consiste en une analyse systématique de chaque transaction réalisée sur un site participant. Cette analyse permet de calculer une probabilité de fraude. Selon cette probabilité, et donc selon le niveau de risque de la transaction, une garantie d'assurance est délivrée par FIA-NET. Ce système permet d'assister les commerçants électroniques dans leurs procédures de lutte contre la fraude. Ils profitent ainsi de l'expertise de FIA-NET et surtout d'une mutualisation de l'information sur les acheteurs et sur les fraudeurs.

Depuis fin 2001, FIA-NET a donc été engagé dans un double processus de transformation de son portefeuille :

- incitation à mettre en place le système d'analyse des commandes (SAC) permettant d'améliorer sensiblement la sinistralité des commerçants;
- résiliation des sites présentant une fraude structurelle importante et refusant de mettre en place les systèmes adéquats pour la réduire.

Ce processus s'est encore accéléré à partir d'octobre 2002, FIA-NET procédant à une résiliation systématique des sites n'implémentant pas le SAC.

Au 1<sup>er</sup> janvier 2003, FIA-NET assurait 1 021 sites commerçants. Un échantillon constant 2000-2001-2002 de 819 sites a été défini. Le terme « échantillon constant 2000 » a d'ailleurs été employé pour étudier les évolutions de tendance à périmètre identique d'une année sur l'autre.

Les sites commerçants ayant rejoint FIA-NET en 2001 et 2002 ont également été inclus dans le périmètre d'observation pour constituer les statistiques 2001 et 2002 (s'il n'est pas précisé « échantillon constant 2000 »). Le périmètre global retenu était de 1 286 sites marchands pour la période du 1<sup>er</sup> janvier 2000 au 31 décembre 2002.

### **Conclusions générales :**

Après une forte croissance de la fraude à la carte bancaire entre 2000 et 2001, cette dernière s'est stabilisée en 2002, grâce aux efforts conjugués des sites commerçants et de leurs différents prestataires pour se protéger. La fonction de détection de la fraude et de gestion du risque est devenue une composante intégrale de la chaîne de valeur du paiement en ligne, de façon similaire à ce qu'on a pu observer aux États-Unis.

2002 a donc confirmé que les commerçants électroniques étaient les premières victimes de la fraude sur Internet, et qu'il leur était impossible de ne pas se protéger pour lutter contre elle, en particulier sur les secteurs les plus sensibles ciblés par les fraudeurs.

La sécurité des acheteurs en ligne n'a pas connu d'évolution majeure et reste aux yeux de FIA-NET satisfaisante. Les principaux risques encourus par les internautes achetant en ligne sont toujours les litiges commerciaux, en particulier ceux liés à la livraison.

## PREMIERE PARTE

LES MARCHANDS, PRINCIPALES VICTIMES  
DE LA FRAUDE A LA CARTE BANCAIRE  
SUR INTERNET, SE SONT ORGANISES POUR  
LUTTER CONTRE ELLE

**A échantillon constant, la croissance de la fraude s'est nettement ralentie en 2002**

**Figure 1 A – Fraudes totales déclarées à FIA-NET par les sites marchands assurés  
Période du 1er janvier 2000 au 31 décembre 2000 – Échantillon Constant**

Sinistres déclarés	Montant correspondant	Coût moyen d'un sinistre
576	158 944 euros	276 euros

**Figure 1 B – Fraudes totales déclarées à FIA-NET par les sites marchands assurés  
Période du 1er janvier 2001 au 31 décembre 2001 - Échantillon Constant**

Sinistres déclarés	Montant correspondant	Coût moyen d'un sinistre
3 444	1 348 846 euros	391 euros

**Figure 1 C – Fraudes totales déclarées à FIA-NET par les sites marchands assurés  
Période du 1er janvier 2002 au 31 décembre 2002 - Échantillon Constant**

Sinistres déclarés	Montant correspondant	Coût moyen d'un sinistre
3 486	1 599 028 euros	459 euros

**Après 500% d'augmentation entre 2000 et 2001, le nombre de fraudes n'a quasiment plus augmenté en 2002 (+1,2%). En valeur, la progression reste sensible (+18,5%), mais elle est nettement inférieure à la croissance du marché du commerce électronique dans son ensemble.**

**Sur l'ensemble du portefeuille FIA-NET, la stabilisation de la fraude est nettement perceptible**

**Figure 2 A – Fraudes totales déclarées à FIA-NET par l'ensemble des sites marchands assurés - Période du 1er janvier 2000 au 31 décembre 2000**

Sinistres déclarés	Montant correspondant	Coût moyen d'un sinistre
666	226 649 euros	340 euros

**Figure 2 B – Fraudes totales déclarées à FIA-NET par l'ensemble des sites marchands assurés - Période du 1er janvier 2001 au 31 décembre 2001**

Sinistres déclarés	Montant correspondant	Coût moyen d'un sinistre
3 950	1 631 705 euros	413 euros

**Figure 2 C – Fraudes totales déclarées à FIA-NET par l'ensemble des sites marchands assurés - Période du 1er janvier 2002 au 31 décembre 2002**

Sinistres déclarés	Montant correspondant	Coût moyen d'un sinistre
3 906	2 014 963 euros	516 euros

**Le nombre de fraudes a décliné en 2002 (-1,1%) si l'on considère le portefeuille FIA-NET dans son ensemble. En valeur, les fraudes continuent à croître (+23,5%) principalement en raison d'une augmentation sensible du montant moyen fraudé (516 euros). Cette augmentation témoigne de la professionnalisation des fraudeurs, qui s'organisent en véritables réseaux pour détourner des marchandises de plus en plus chères.**

Figure 3A – Évolution de la Fraude en volume (nombre de sinistres)

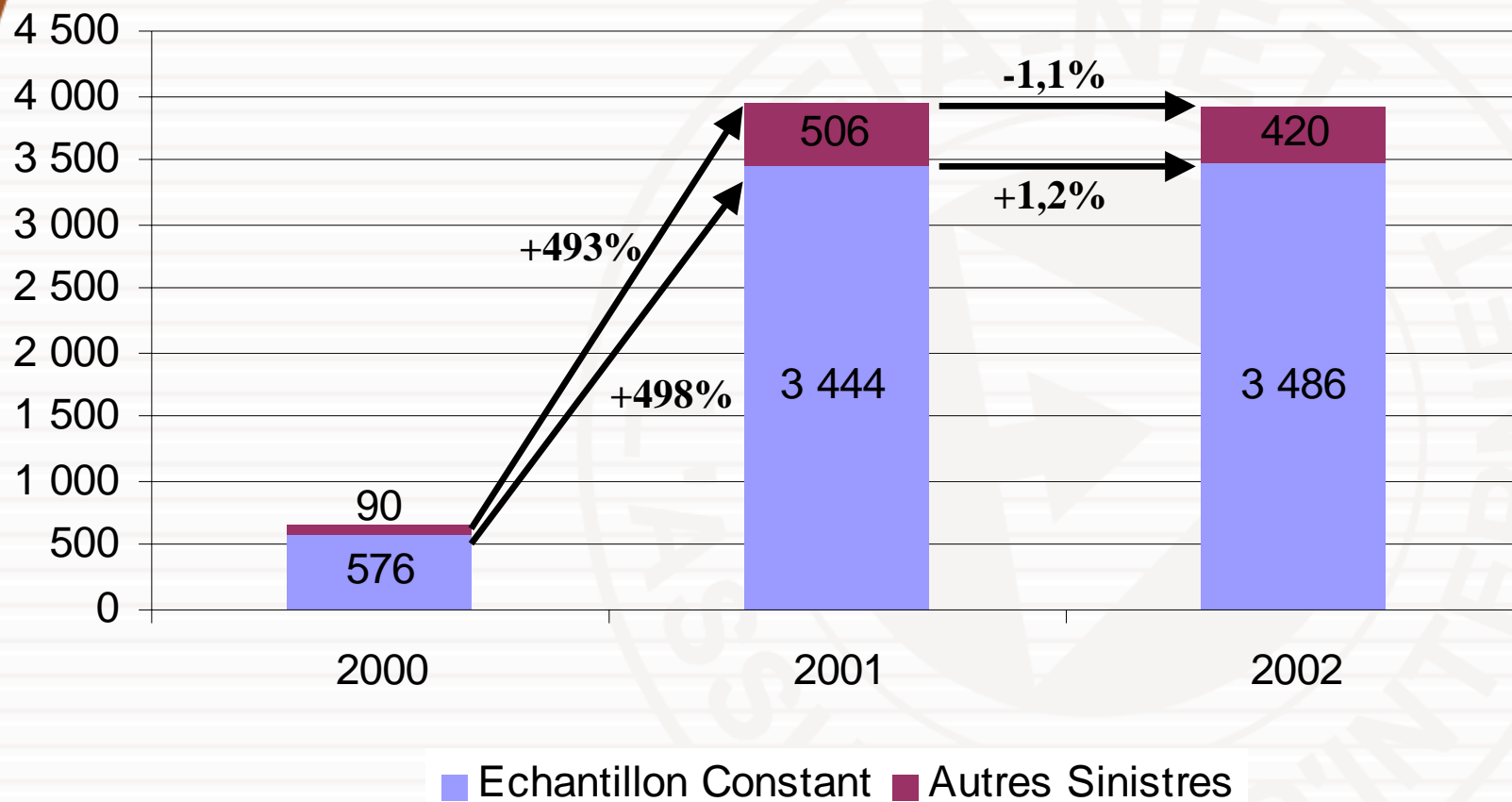
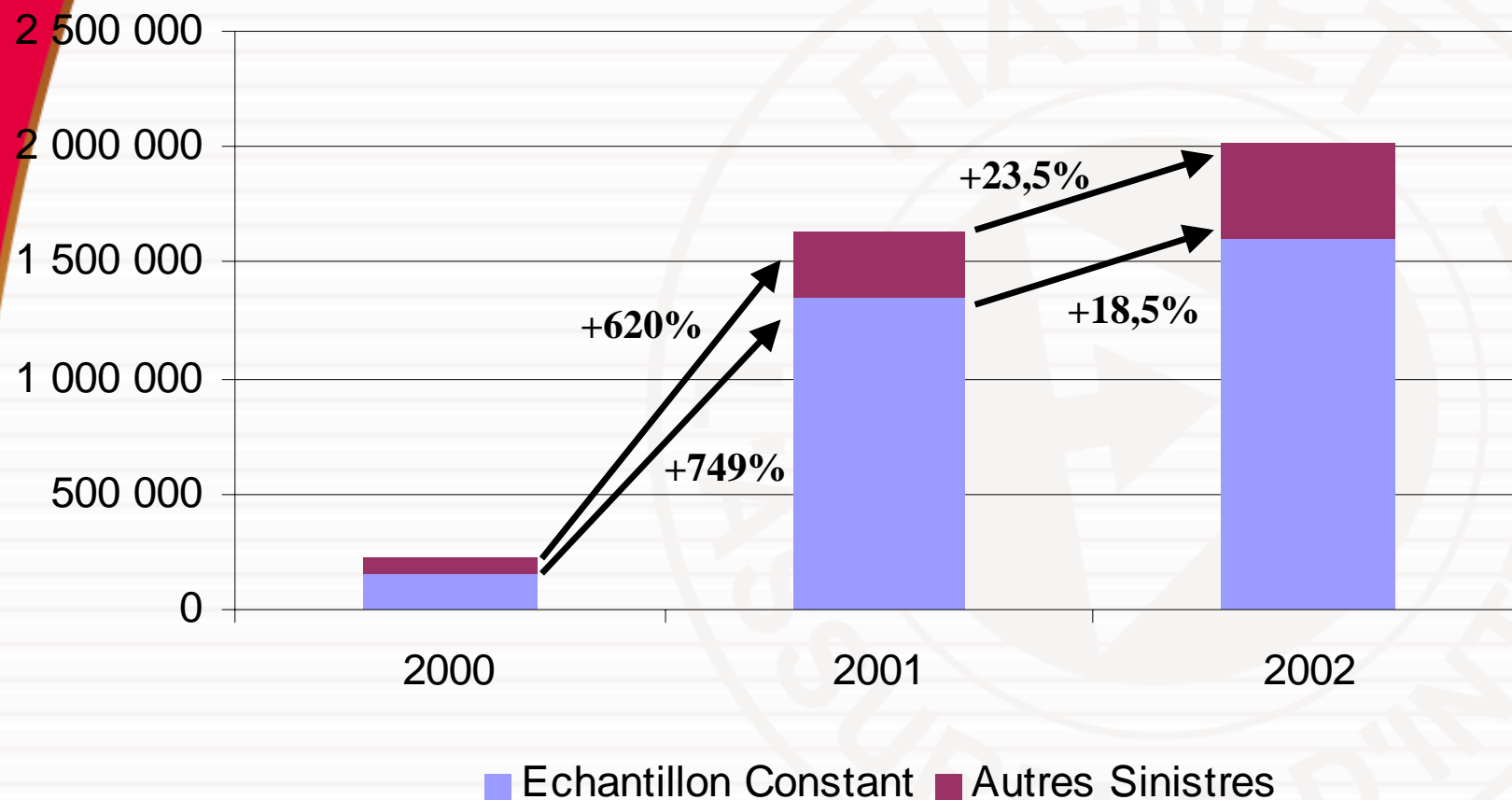




Figure 3B – Évolution de la Fraude en valeur (montant des sinistres déclarés en euros)



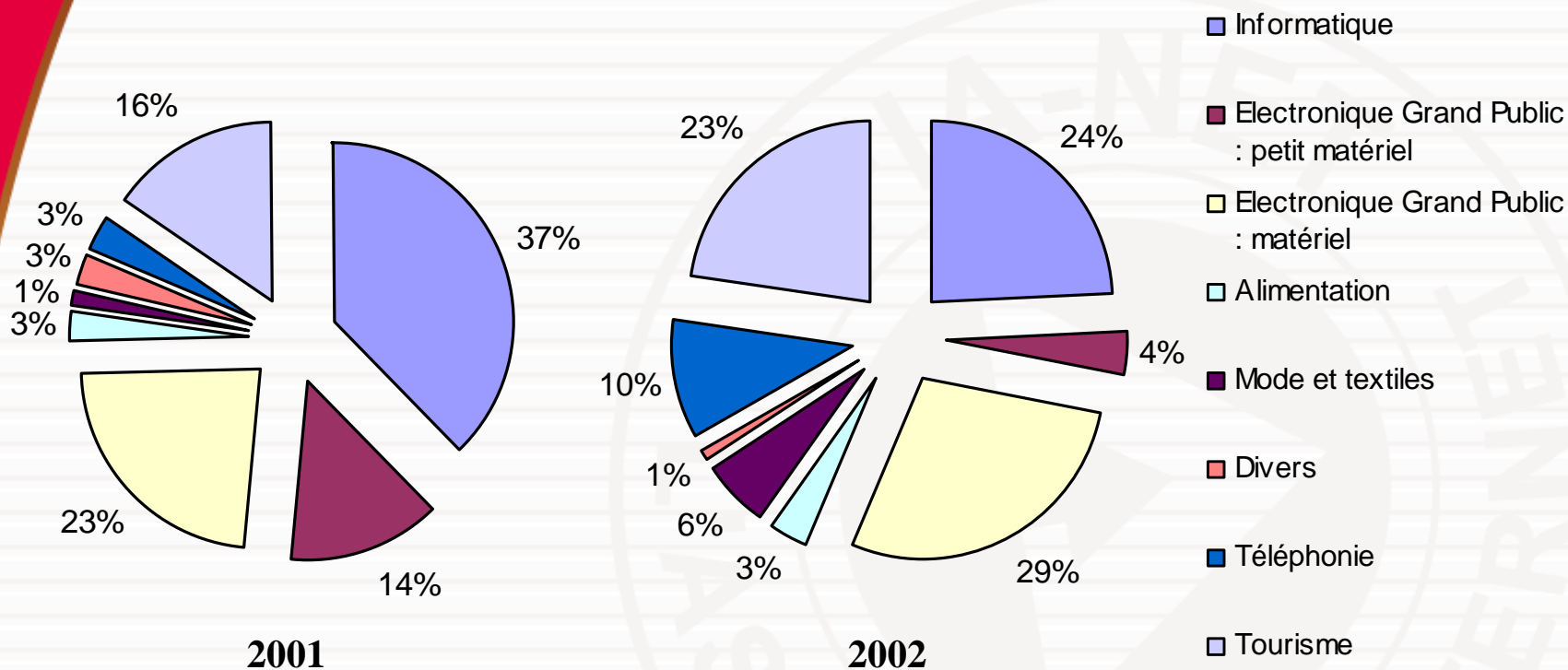
**Figure 4 – Nombre de sites marchands assurés touchés par la fraude**

2000	2001 (cumul)	2002 (cumul)
Sites faisant partie de l'échantillon constant		
49	97	143
Ensemble des sites concernés		
57	111	169

**La fraude reste toujours concentrée : en 3 ans, elle a touché 169 sites assurés par FIA-NET, soit moins de 15% du portefeuille. La fraude touche particulièrement quelques secteurs d'activité très précis (cf. page suivante) et deux tendances bien distinctes peuvent être repérées dans le choix du site « cible » :**

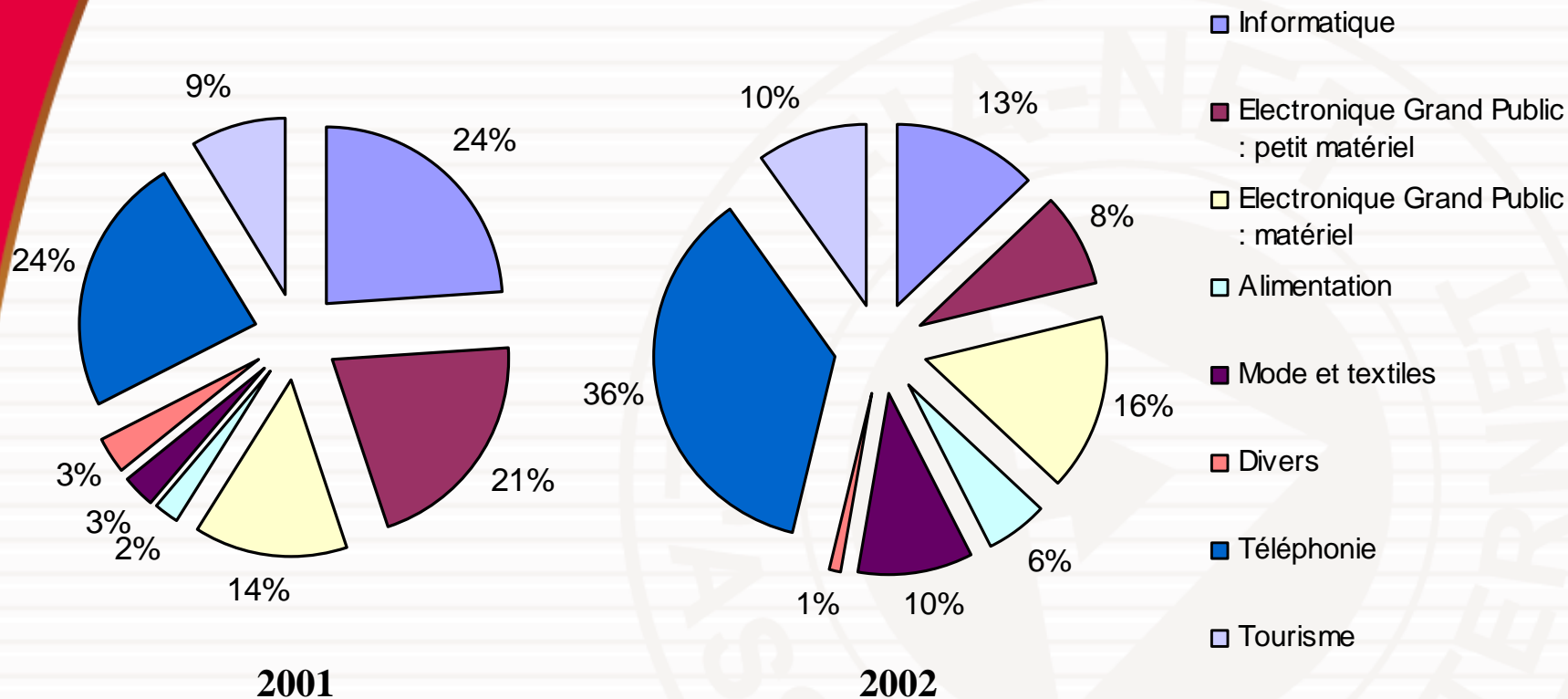
- certains fraudeurs privilégient les sites « en vue » très connus du grand public, en faisant le pari qu'en raison des forts volumes traités, leur tentative de fraude passera inaperçue**
- d'autres fraudeurs font au contraire le choix de commander chez les nouveaux entrants des secteurs les intéressant, en misant sur l'inexpérience du commerçant en matière de lutte contre la fraude.**

**Figure 5 A – Typologie des sinistres déclarés selon le secteur d'activité concerné – En Valeur – Année 2002**



**L'électronique Grand Public dans son ensemble (notamment le gros matériel) détrône l'informatique comme premier secteur le plus fraudé sur le marché. Le tourisme et la téléphonie marquent aussi des progressions très nettes par rapport au Livre Blanc précédent.**

**Figure 5 B – Typologie des sinistres déclarés selon le secteur d'activité concerné – En Volume - Année 2002**



**En volume, la téléphonie progresse encore par rapport au Livre Blanc précédent et reste le secteur le plus fraudé. L'informatique, le tourisme et le gros matériel électronique, caractérisés par des paniers moyens élevés, concentrent seulement 39% des fraudes, mais 76% de leur valeur.**

## Palmarès des objets fraudés

**Dans l'informatique :** les ordinateurs portables supplantent les ordinateurs de bureau. Ils sont caractérisés par la valeur moyenne la plus élevée pour les fraudes (2 065 euros). On notera que de nombreux achats de pièces détachées donnent aussi lieu à des fraudes (cartes mères, processeurs, etc.).

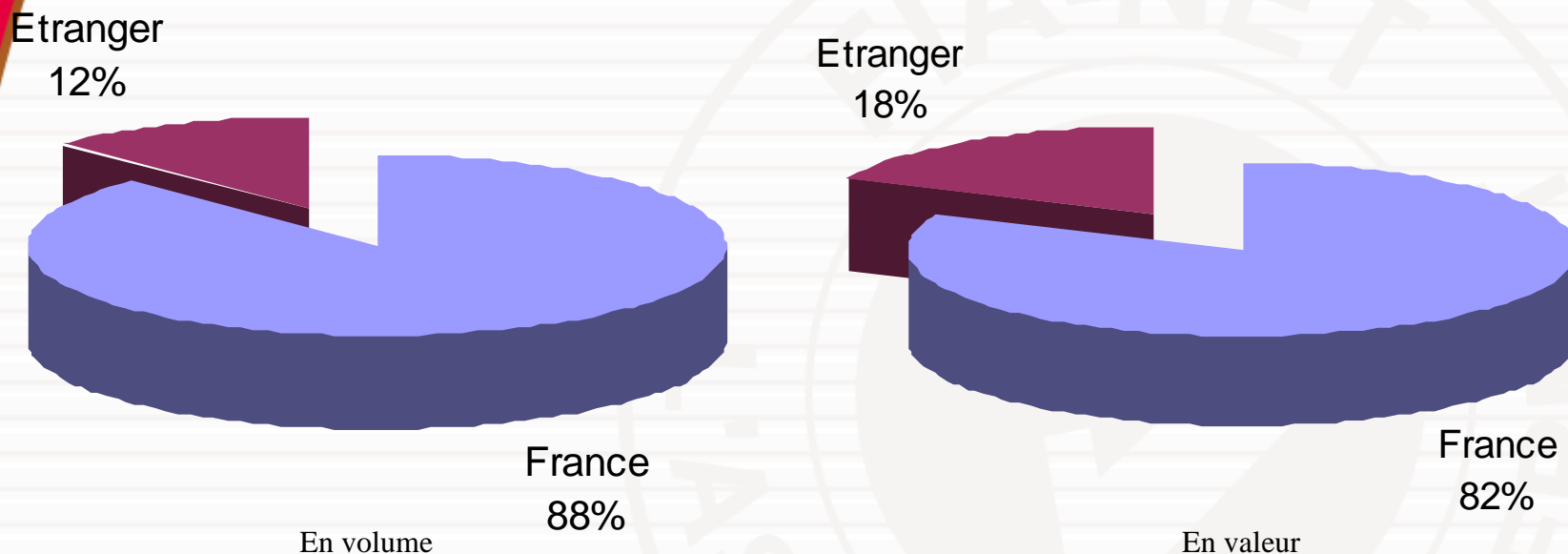
**Dans le gros électronique :** en valeur, la première source de pertes est constituée par les caméscopes numériques en raison d'une valeur moyenne élevée (1 441 euros), mais en nombre, les consoles de jeux sont plus populaires (532 euros). On notera que les appareils photos numériques (839 euros) et les lecteurs DVD (483 euros) sont également très prisés.

**Dans le petit électronique :** sans surprise, ce sont les « consommables » qui vont avec le matériel détourné qui se taillent la part du lion : DVD (achat moyen : 241 euros), Jeux Vidéos et CD.

**Dans la téléphonie :** les téléphones portables de valeur élevée (593 euros en moyenne) sont le premier foyer de fraudes, suivi par les recharges des cartes téléphoniques avec un petit panier moyen de 53 euros.

**Dans les voyages :** les vols aériens secs vers l'étranger sont de loin les plus fraudés avec une valeur moyenne de 1 197 euros.

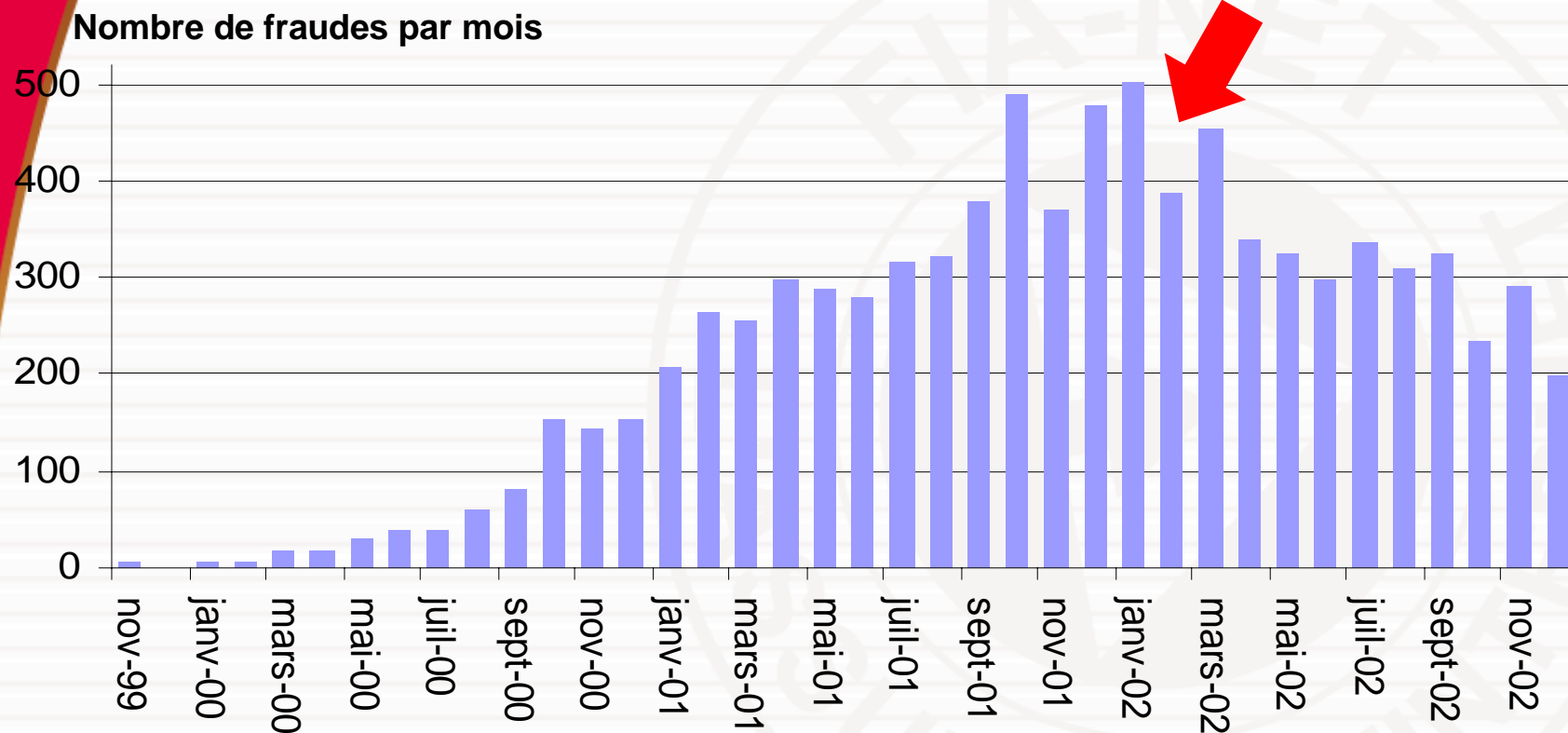
Figure 6 – Répartition géographique des fraudes recensées – En Valeur - 2002



**Malgré un panier moyen plus élevé, les fraudes à l'étranger sont loin d'être la première source de pertes pour les commerçants français. Près de 90% des fraudes traitées proviennent de France et les pertes enregistrées de l'étranger sont souvent réalisées chez commerçants sans expérience de l'export. La plupart des sites expérimentés mettent en place des politiques très pointues de contrôle d'identité pour les acheteurs étrangers ou ne vendent tout simplement pas en dehors du territoire national.**

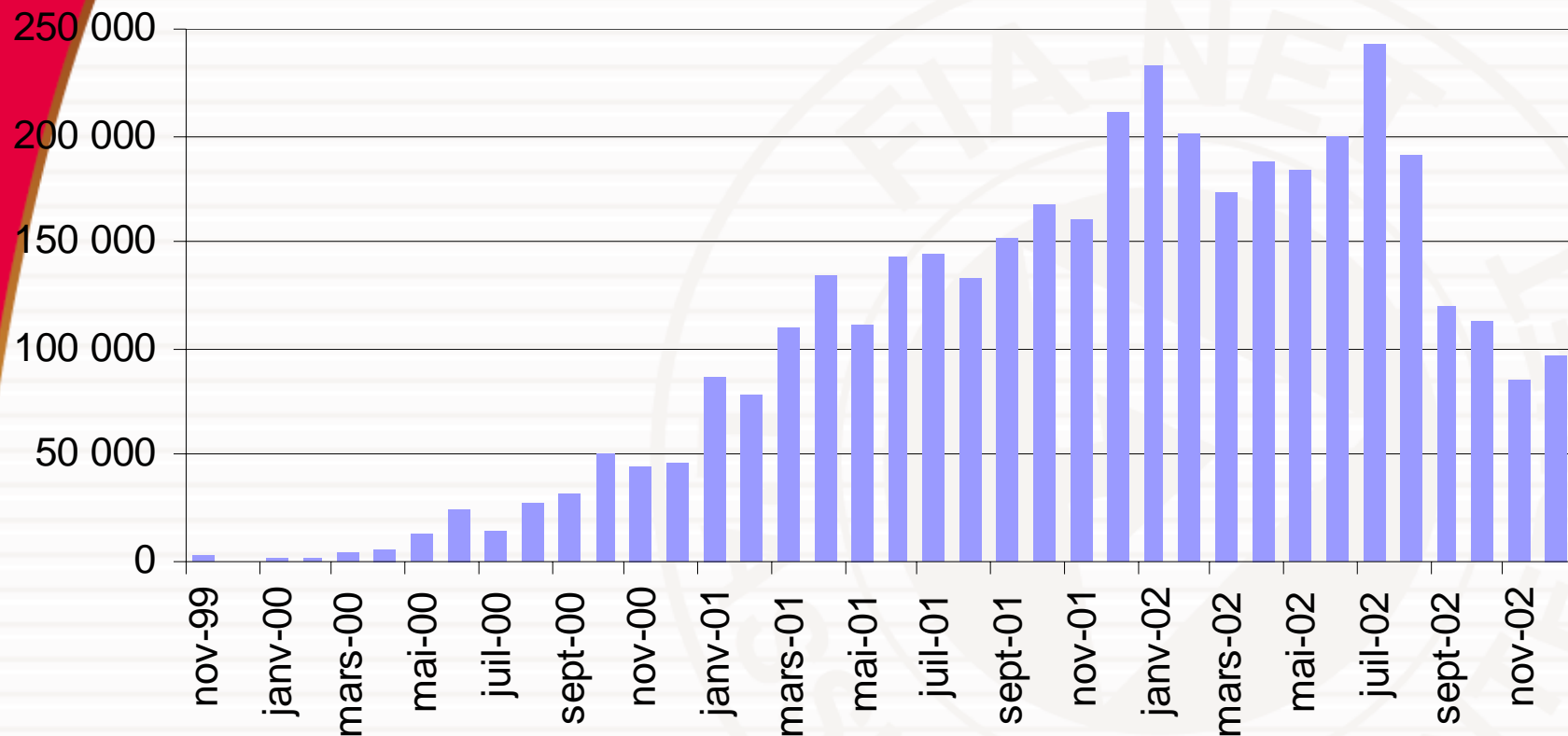
Figure 7 – Progression mensuelle du nombre de sinistres déclarés

**Lancement du système d'analyse des commandes et de détection de la fraude**



**Le recul du nombre des fraudes est sensible à partir du lancement du système d'analyse des commandes FIA-NET (SAC) et sa mutualisation entre plusieurs centaines de commerçants fin 2001 – début 2002.**

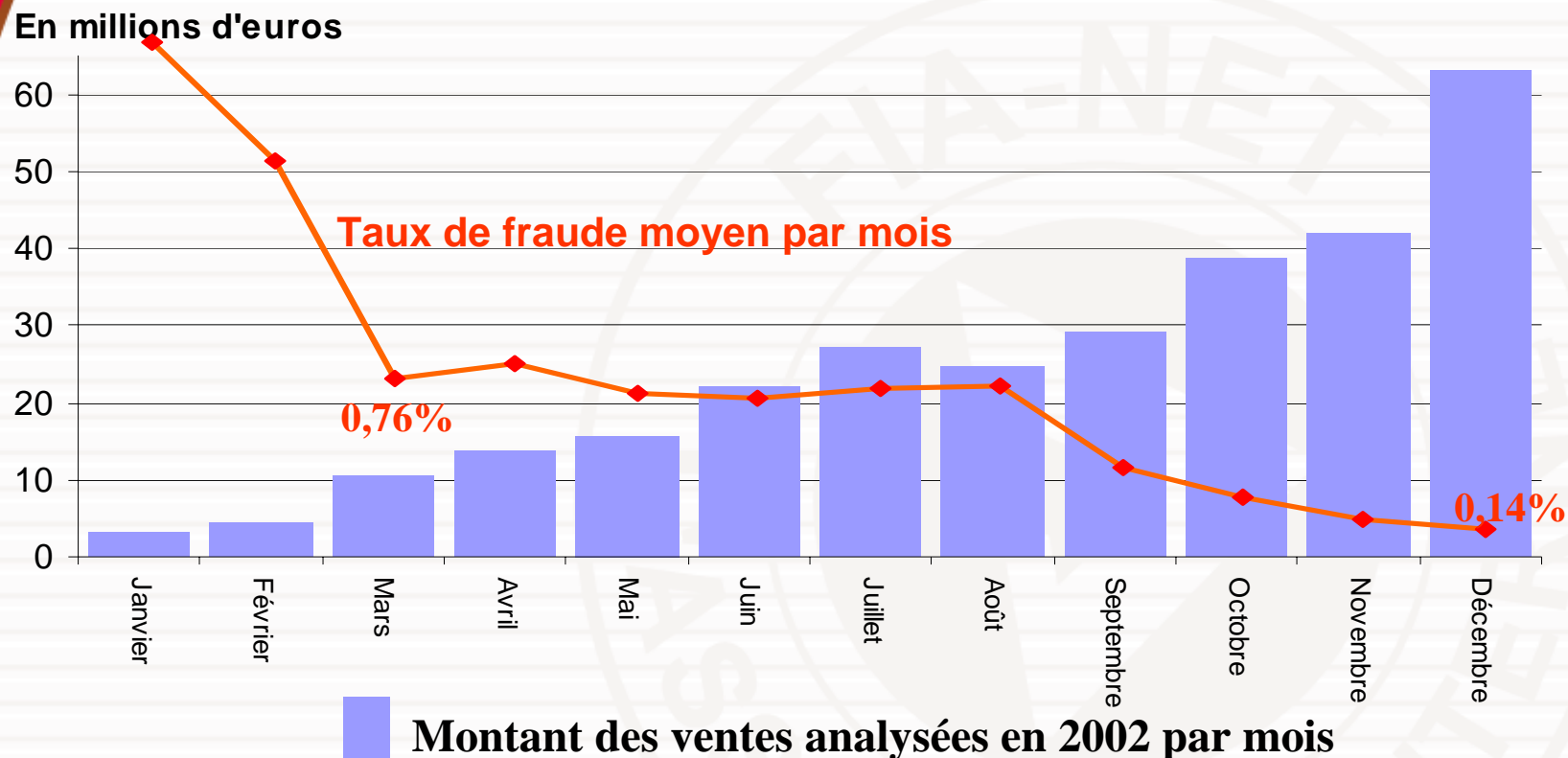
**Figure 8 – Progression mensuelle du montant des sinistres déclarés (en euros)**



**La décrue du montant des sinistres à partir d'août 2002 reste à confirmer, mais il semble, comme l'indique le graphique de la page suivante, que le SAC a commencé à jouer à plein à partir de cette période**



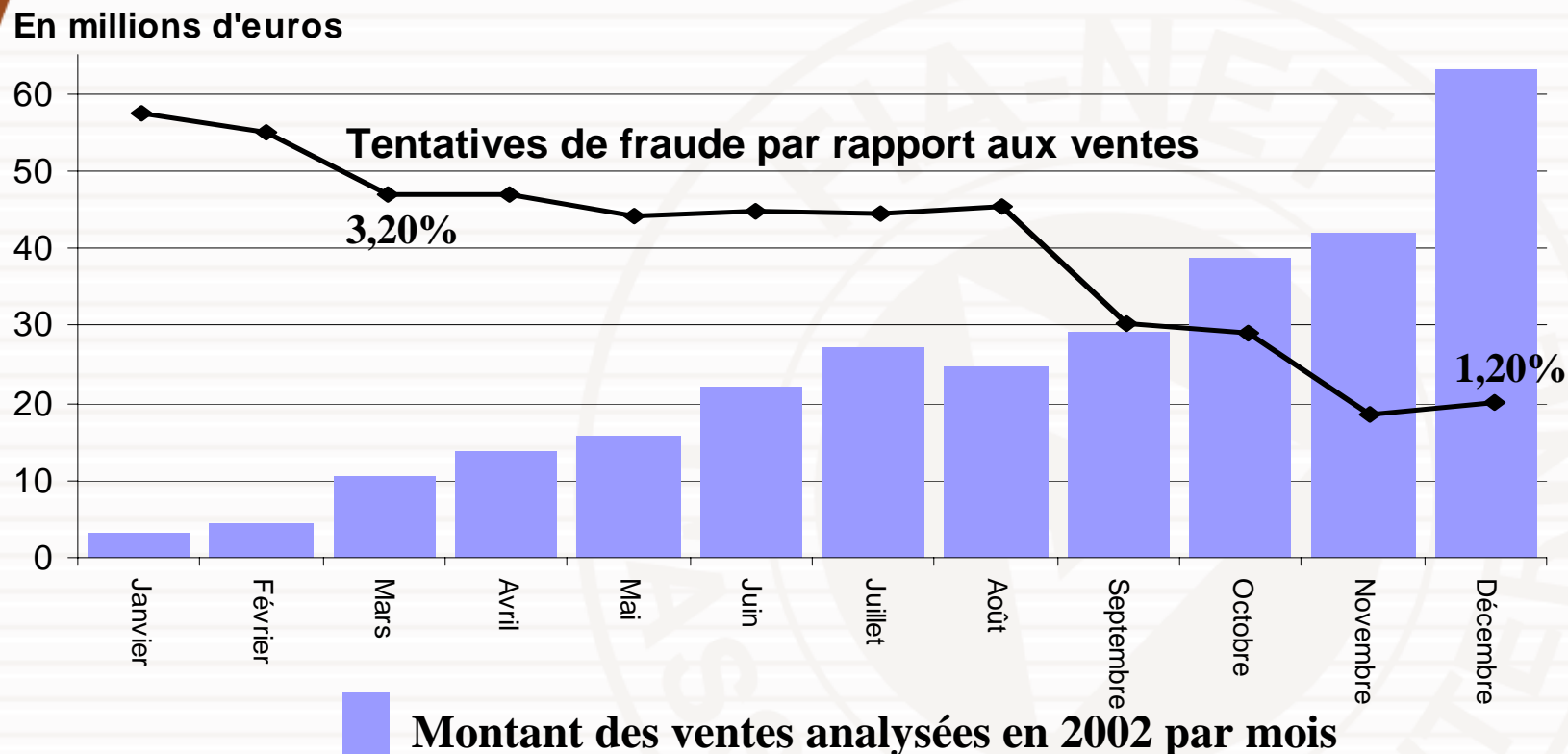
Figure 9 A – Évolution du taux de fraude moyen des sites employant le SAC – Année 2002



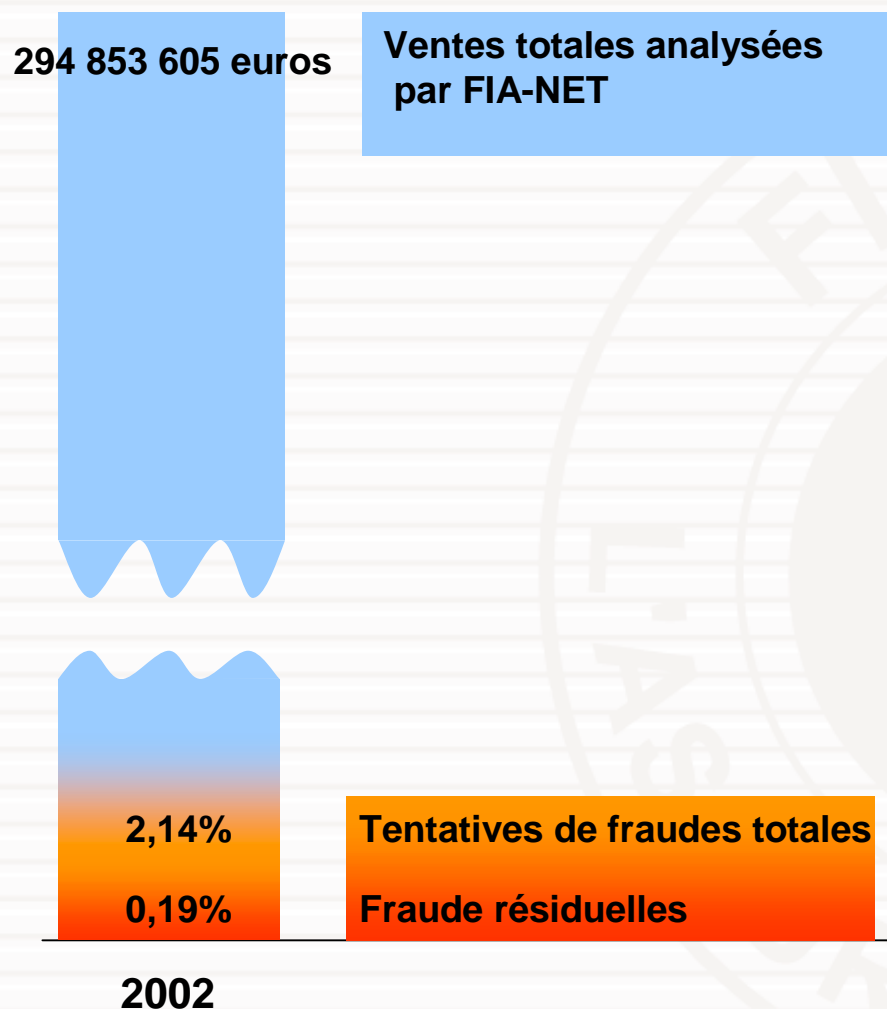
Source : montants soumis au système d'analyse des commandes FIA-NET par les commerçants participants

**Très logiquement, la décroissance du taux de fraude amorcée à partir de mars s'est accélérée en septembre et est directement fonction du montant des ventes analysées par FIA-NET et donc de la taille de la base de données ainsi constituée.**

Figure 9 B – Évolution des tentatives de fraudes – Année 2002



La proportion des tentatives de fraudes peut donner une bonne idée de l'ampleur du phénomène sur l'ensemble du marché : d'un taux structurel compris entre 3 et 4% de janvier à août, la fraude décroît nettement à partir de septembre, en raison d'un effet dissuasif du logo FIA-NET combiné à un effet de saisonnalité (fraudes « noyées » en fin d'année).



Sur l'ensemble de l'année 2002, FIA-NET a analysé près de 300 millions d'euros de ventes.

Les tentatives de fraudes ont représenté 2,14% de ces ventes, avec de fortes variations saisonnières.

La fraude résiduelle sur chaque site est directement fonction de l'efficacité de son système de détection et de prévention. Elle se montait au total à 0,19% sur les sites FIA-NET en 2002, avec une nette diminution en fin d'année, due à l'amélioration du SAC d'une part, et à un effet « fêtes de fin d'année » d'autre part.

## **Conclusion de la première partie : une évolution structurelle du marché et des processus de vente des commerçants**

### **FIA-NET a su mutualiser son outil de détection de la fraude :**

- Avec plus de 60 millions d'euros de ventes analysés mensuellement à fin 2002 et plus d'un million de cyberacheteurs référencés en base, ce sont aujourd'hui entre 20 et 30% du marché qui sont couverts par FIA-NET. En 2002, plus de 700 sites participaient, dont les leaders TopAchat, Cdiscount, Anyway, Promod, Marionnaud, Nomatica, LDLC...

### **Quelle est la réalité de la fraude sur le reste du marché ?**

- Rien ne permet d'affirmer que la part de marché de FIA-NET est représentative. Toutefois, deux tendances opposées peuvent expliquer que les sites non couverts par FIA-NET n'aient pas recours à une offre de détection de la fraude : certains d'entre eux sont peu fraudés, car ils évoluent sur des champs d'activité peu attractifs pour les fraudeurs. D'autres sites, trop fraudés au contraire, ont été résiliés par FIA-NET ou ne peuvent pas être assurés. Le fort taux de fraude de ces derniers compense certainement l'absence de fraude chez les premiers.
- Il semble raisonnable d'estimer la fraude ou au moins les tentatives sur le marché en fonction du graphique précédent: comprise entre 3 et 4% au cours de l'année, elle se situe certainement entre 1 et 2% en fin d'année en raison des forts volumes traités à cette période.
- Quelle est la fraude finale sur le marché ? Si les pertes déclarées à FIA-NET n'ont touché que 169 sites, il faut noter que les tentatives de fraudes repérées par le SAC ont concerné plus de 70% des sites (518 sur environ 700) utilisant le système en 2002. Le taux de fraude final subi est en fait variable selon chaque site, difficile à obtenir, et il dépend directement de l'efficacité des outils de détection mis en place par les commerçants.

## SECONDE PARTE

UN CONSOMMATEUR TOUJOURS BIEN  
PROTEGE

**Figure 10 – Litiges consommateurs traités par FIA-NET**

<b>Litiges déclarés</b>	<b>Montant correspondant</b>	<b>Coût moyen d'un litige</b>
12 401	7 512 521,55 euros	606 euros

Données agrégées 2000 - 2002

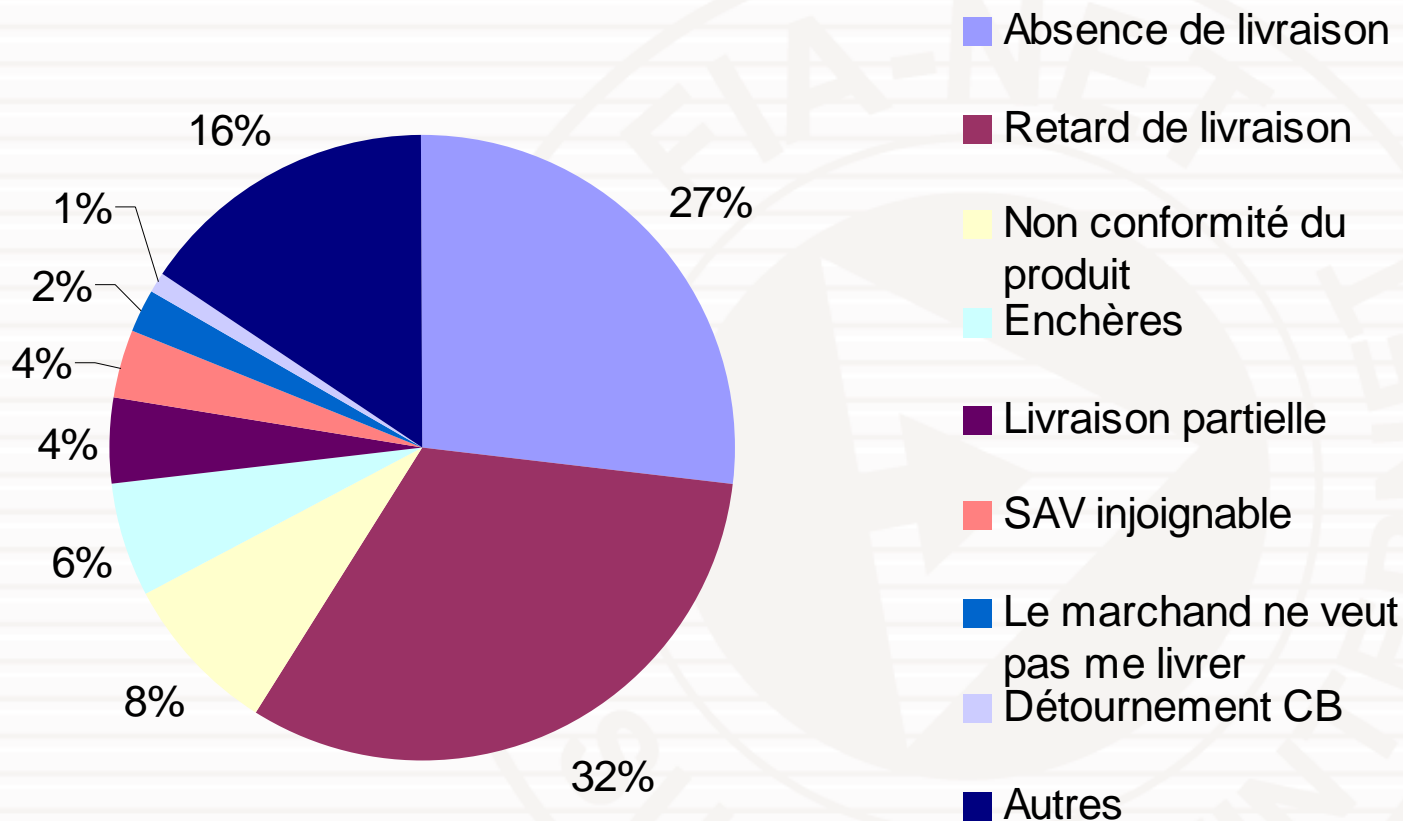
**FIA-NET, via son service d'information juridique et de médiation des litiges traite les réclamations d'internautes vis-à-vis des sites commerçants portant son logo.**

**Depuis l'an 2000, FIA-NET est ainsi intervenu à plus de 12 000 reprises auprès de sites commerçants pour assister des internautes ayant subi des litiges.**

**On remarquera que ce service, entièrement gratuit, est actionné principalement pour des commandes présentant une valeur moyenne élevée, supérieure à 600 euros.**

**Il ne s'agit pas ici des fraudes à la carte bancaire dont sont victimes les commerçants, comme traité dans la première partie, mais de toute sorte de réclamations concernant des litiges commerciaux, voire même des escroqueries, qui pourraient être déclarés par les cyber-acheteurs à FIA-NET.**

Figure 11 – Typologie des litiges consommateurs traités par FIA-NET - En volume



Données agrégées 2000 - 2002

## **Une amélioration des performances de livraison**

- On notera que par rapport à l'année précédente, les absences de livraison ne sont plus la principale cause de litiges à laquelle s'exposent les cyber-acheteurs. Les retards de livraison, généralement compris entre 1 et 7 jours après la date de livraison attendue, sont maintenant le premier problème déclaré par les internautes à FIA-NET.
- Les détournements supposés de carte bancaire restent une problématique mineure, puisque seuls 1% des internautes ont émis des doutes sur la protection effective de leur numéro de carte par le commerçant. Les enquêtes menées par FIA-NET auprès de ces sites n'ont d'ailleurs jamais permis de révéler un quelconque piratage ou détournement de numéros de carte bancaire chez le commerçant ou chez sa solution de paiement.
- Un nouveau type de litige apparaît depuis 2002 : le refus de livraison par le commerçant, suite à une suspicion de fraude. Ce cas représente plus de 2% des litiges traités par FIA-NET. Encore faible, ce taux, qui était nul en 2000 et 2001, devrait continuer à augmenter fortement en 2003 : il traduit les précautions que sont obligés de prendre les commerçants pour se protéger des fraudes à la carte bancaire. Dans un tel cas de figure, FIA-NET conseille aux deux parties un moyen de paiement alternatif (chèque, virement), permettant de réduire fortement le risque.
- On trouve dans la catégorie « autres » différents problèmes, comme des doubles débits, des notices d'information ou des certificats de garantie manquants, des interrogations sur le processus de transaction ou la bonne mise en livraison...



FIA-NET a également mesuré la proportion d'incidents de livraison par rapport aux ventes réalisées par les commerçants, via son opération « qualité – satisfaction », permettant l'attribution du logo « Or »

**Rappel de la méthodologie :** après chaque achat sur le site, les clients des 234 sites participants sont invités à répondre au questionnaire indépendant de FIA-NET concernant leur expérience d'achat. Une semaine après la date de réception qu'ils ont indiquée dans ce premier questionnaire, ils sont une nouvelle fois invités à répondre à un second questionnaire permettant de mesurer la performance des sites à la livraison et leur intention d'acheter à nouveau.

De 2000 à 2002, 234 sites participaient à cette opération, ce qui a permis l'attribution de 88 logos Or. 1 164 898 transactions ont donné lieu à la présentation d'un questionnaire de satisfaction pour 331 744 réponses. Pour ces 331 744 participations, un second questionnaire de suivi de livraison a été envoyé auquel 117 709 internautes ont répondu.

Les résultats obtenus sur ces performances à la livraison sont présentés ci-après.

**Figure 12 – Typologie des retards recensés –  
Base : 117 709 répondants – 331 744 sondés**

Typologie des retards	% des questionnaires de suivi de livraison envoyés	% des répondants au questionnaire de suivi	% des cas de retards
Un jour de retard	2,1%	5,7%	19,6%
Entre 2 et 5 jours de retard	3,2%	8,7%	29,7%
Entre 5 et 7 jours de retard	1,2%	3,4%	11,5%
Rien reçu au moment du sondage (+ de 7 jours)	4,2%	11,5%	39,3%
<b>Total</b>	<b>10,6%</b>	<b>29,3%</b>	<b>100%</b>

**29,3% des répondants ont déclaré avoir connu un retard ou une absence de livraison. On peut toutefois estimer que le poids des mécontents est surpondéré dans ce sondage, dans la mesure où ils sont plus motivés que les autres acheteurs à répondre au questionnaire, notamment parce qu'ils savent que FIA-NET peut les assister dans leur réclamation.**

**En exprimant ce taux en fonction des questionnaires envoyés, on voit que 10,6% des sondés ont déclaré avoir connu un incident de livraison. Le véritable taux de retard est sans doute compris entre ce taux et le taux précédent.**

**On notera la proportion relativement importante des absences de livraison (rien reçu au moment du sondage, 7 jours après la date de livraison attendue) qui représentent 39,3% des incidents signalés. On trouve ensuite les retards compris entre 2 et 5 jours (29,7%).**

**Figure 13 – Typologie des incidents marchandises –  
Base : 117 709 répondants – 331 744 sondés**

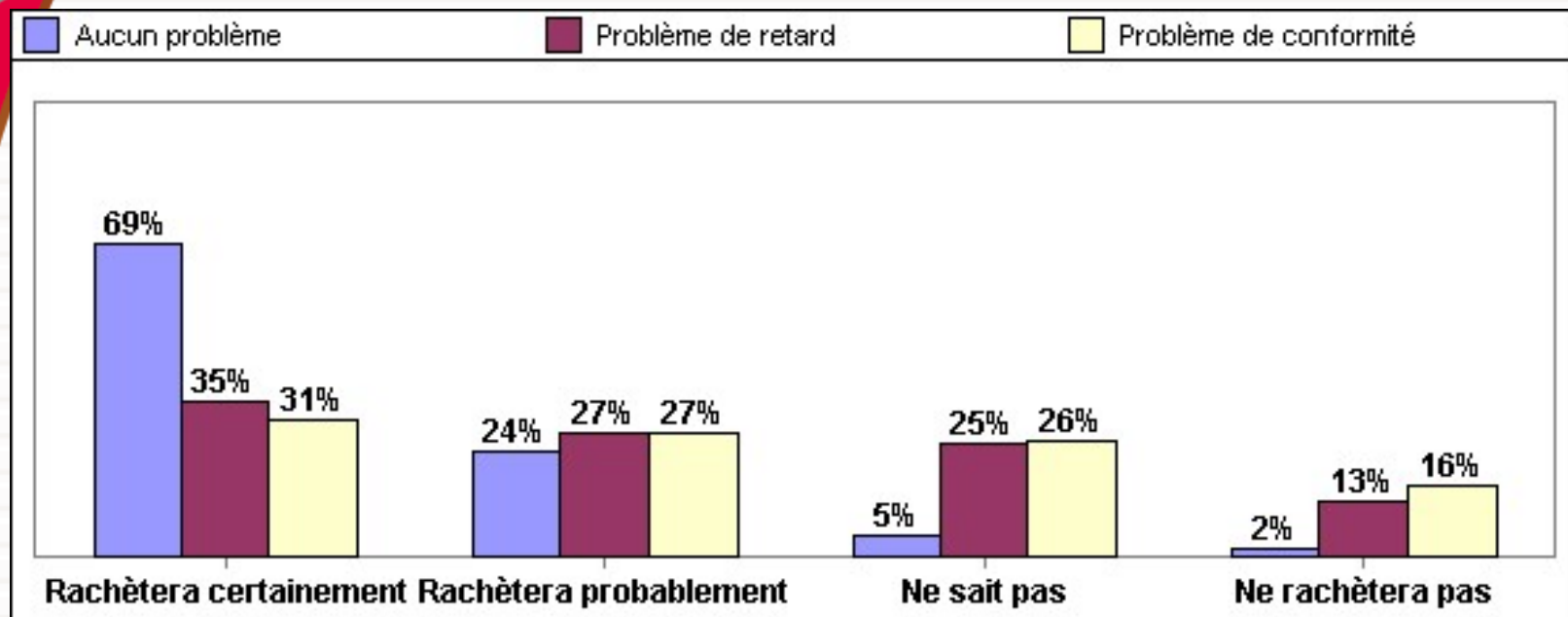
Typologie des incidents	% des questionnaires de suivi de livraison envoyés	% des répondants au questionnaire de suivi	% des cas de retards
Produits non conformes	0,9%	2,5%	21,9%
Dommages pendant la livraison	0,5%	1,3%	11,4%
Autre	2,7%	7,6%	66,7%
<b>Total</b>	<b>4,1%</b>	<b>11,4%</b>	<b>100%</b>

**Mis à part les problèmes de livraison, d'autres incidents sont à signaler : les détériorations dues au transport sont relativement limitées puisqu'elles concernent 1,3% des répondants.**

**Les problèmes de conformité (produit non similaire à sa description sur le site) sont plus nombreux (2,5% des répondants).**

**Aucun autre incident particulier n'a pu être distingué en raison de fréquences trop faibles. On trouve dans la catégorie « Autre » des interrogations diverses et variées qui ont déjà été évoquées précédemment: livraisons partielles, informations manquantes, annulation de la transaction par le commerçant pour cause de risque de fraude à la carte bancaire, etc.**

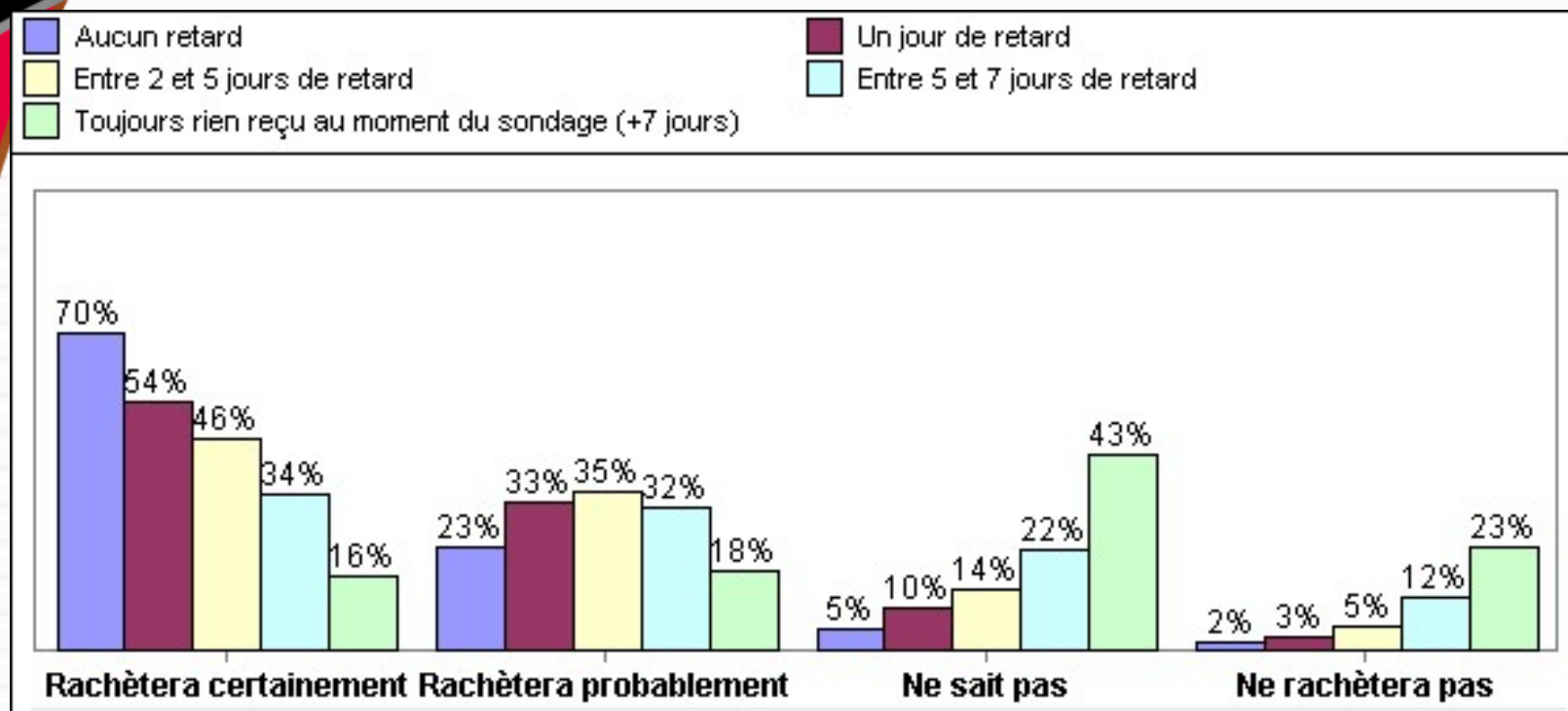
Figure 14 – Incidence des problèmes de livraison sur les intentions de réachat



La diminution des intentions de réachat en fonction de l'incidence d'un problème de livraison est flagrante : si 93% des clients n'ayant pas connu de problème se déclarent prêts à racheter « certainement » (69%) ou « probablement » (24%) sur le site, ils ne sont plus que 62% en cas de retard et 58% en cas de problème avec le produit.

Si l'indécision prévaut dans ces cas d'incidents (« ne sait pas »), on notera toutefois un début de fuite de clientèle important (clients déclarant ne plus vouloir racheter sur le site).

Figure 15 – Intentions de réachat selon le type de retard subi



La corrélation entre la baisse des intentions de réachat et la gravité des retards est toujours évidente. Chez l'ensemble des marchands, les défections s'accroissent avec la gravité des retards : 43% des internautes n'ayant rien reçu ne savent pas s'ils rachèteront chez le marchand, et 23% savent qu'ils ne le feront pas. Pour un retard d'un jour, ces taux sont de 10% et 3% respectivement. De nombreux clients restent toutefois indécis, et comme le prouvent leurs commentaires, même en cas de retard grave, ils sont prêts à accorder une seconde chance au site, si leur problème trouve une solution efficace.

**La fidélisation de la clientèle passe par l'amélioration des processus de livraison et le traitement efficace et personnalisé des incidents :** la première cause de perte de clientèle est de loin les incidents liés au transport, et en particulier les retards graves. Les taux de fidélisation des clients livrés conformément à leurs attentes démontrent que les commerçants ayant su maîtriser de bout en bout la logistique continuent à se développer tout en s'appuyant sur une part de marché solide.

D'après de nombreuses organisations professionnelles comme l'ACSEL, les principaux freins au commerce en ligne sont les suivants :

- le fait de ne pas savoir à qui s'adresser en cas de problème
- la crainte de payer en ligne

La réponse de FIA-NET à ces deux préoccupations est efficace si on prend les cas analysés dans ce rapport :

- médiation des litiges et notations des sites en fonction de leurs performances à la livraison
- garantie de remboursement en cas de piratage du numéro de carte bancaire.

**Conclusion Générale : en l'absence d'une solution d'authentification diffusée en masse, seules des réponses pragmatiques permettront aux sites de se protéger de la fraude**

**Les projets d'équipement de dispositifs d'authentification forte n'aboutissent pas :** le plus sûr moyen de lutter contre la fraude est d'être certain que l'acheteur est bien le réel porteur de la carte. Or, ceci suppose de lui demander un acte d'authentification fort, permettant de le reconnaître. Des projets techniquement au point existent mais qui ne parviennent pas à s'imposer sur le marché : boîtier Cybercomm ou téléphone bi-fente permettant de lire la carte à puce, certificats électroniques...

**La véritable difficulté est d'aboutir à une masse critique d'utilisateurs pour imposer un standard sur le marché :** la mise en place d'un standard d'authentification sur le marché suppose que les commerçants se privent de leur flux SSL classique. Or, ils refuseront de le faire sans masse critique. Mais la simple promesse de la sécurité ne semble pas suffisante pour motiver les internautes à s'équiper. De plus, ces solutions souvent payantes se heurtent à une faille simple dans leur modèle économique : pourquoi l'internaute paierait-il, souvent cher d'ailleurs, pour sécuriser les commerçants, alors que la législation le protège déjà parfaitement dans le cadre d'un achat à distance ? Il faut donc trouver une autre valeur ajoutée pour les internautes.

**Vers un transfert de responsabilité ?** Visa et Mastercard ont mis au point un dispositif commerçant qui permet de ne plus le rendre responsable en cas de fraude. Dans un tel schéma, ce sera la banque ayant émis la carte qui devra identifier formellement le porteur au moment de l'achat : à défaut, elle assumera le montant de la perte en cas de fraude.

**Pour les banques émettrices :** dans un schéma de transfert de responsabilité, elles doivent investir lourdement pour équiper leurs porteurs de moyens d'authentification. Par ailleurs, en cas d'absence d'authentification, doivent-elles systématiquement refuser les transactions ou au contraire assumer le risque ?

**Pertes de vente contre Sécurité :** la promesse d'un transfert de responsabilité est alléchante pour les commerçants, mais ils n'adhéreront pas au système s'il doit entraîner une perte de ventes importante avant que le nouveau standard s'impose. Or, il est probable que les banques émetteurs refuseront les transactions pour lesquelles il n'y aura pas d'authentification, qui représenteront la majeure partie des ventes dans un premier temps.

**Vers un transfert de responsabilité partiel ?** La solution la plus pragmatique vers laquelle pourrait s'acheminer les émetteurs est un transfert partiel de la responsabilité. En cas d'authentification, le commerçant serait déchargé de la fraude, assumée par la banque ayant émise la carte. En absence d'authentification (transaction SSL classique), le commerçant continuerait à assumer la fraude et devrait toujours se protéger.

**Vexation contre Acceptation :** dans le cadre des procédures de scoring ou d'identification « moyenne » que peuvent pratiquer les commerçants ou FIA-NET, un nouveau phénomène apparaît sur le marché : la « vexation » d'internautes refusés à tort, en raison d'une suspicion de fraude alors qu'ils sont les réels porteurs de la carte. A l'avenir, c'est la capacité des sites et des tiers de confiance à discriminer entre les acheteurs réguliers et les fraudeurs possibles qui fera leur succès, et leur permettra de continuer à développer les ventes sur le marché.