
Paiements digitaux : Près des deux tiers des Français utilisent leurs téléphones pour gérer leur argent et leurs paiements au quotidien

- L'enquête annuelle Digital Payments Study de Visa révèle que la banque mobile est devenue un geste naturel du quotidien pour 62% des Européens
- Avec 53% d'utilisateurs en France, le pays se situe dans la moyenne anglaise (53%) et au-delà de l'Allemagne (48%)
- Les « Millennials » représentent la population la plus adepte aux paiements digitaux : 77% d'entre eux utilisent leurs téléphones et tablettes pour les services bancaires, les transferts d'argent ou pour vérifier le solde de leurs comptes, quand la moyenne française se situe à 63%
- Les consommateurs se sentent de plus en plus en confiance et en sécurité lorsqu'ils utilisent les services de paiement mobile.

Paris, le 21 septembre 2017 : L'utilisation d'appareils mobiles pour gérer son argent, réaliser une transaction bancaire ou effectuer un paiement fait partie du quotidien de près des deux tiers des Français (63%). Aujourd'hui, Visa (NYSE: V) publie les résultats de son enquête annuelle, Digital Payments Studyⁱ, qui donne un panorama des habitudes de paiements digitaux des consommateurs européens : de l'utilisation du sans contact aux achats en ligne, en passant par la perception de la confidentialité et de la sécurité.

L'ADOPTION DU PAIEMENT MOBILE POURSUIT SA CROISSANCE

Le développement des solutions de paiement sur mobile permet à chaque consommateur de trouver une solution de « mobile moneyⁱⁱ » qui correspond à son style de vie, et donc favorise son adoption. L'édition 2017 de l'étude révèle que :

- 53% des Français consultent régulièrement le solde de leurs comptes ou accèdent à d'autres solutions de paiement au moyen d'une application bancaire, c'est autant qu'au Royaume-Uni (53%) ou plus qu'en Allemagne (48%)
- Près des deux tiers (62%) des Français ont utilisé un portefeuille digital, un service de carte bancaire pré-enregistrée sur des sites Internet favoris (« card-on-file ») ou un service

de paiement mobile, plaçant la France légèrement en-deçà de la moyenne européenne (68%)

- Plus d'un tiers des consommateurs français (35%) se sentent de plus en plus en confiance pour effectuer leurs transactions à partir de leurs appareils mobiles, alors que près de la moitié des Européens (48%) commencent déjà à délaisser leurs ordinateurs de bureau et leurs ordinateurs portables
- A peu près la même proportion (30%) utilise un smartphone ou une tablette pour envoyer de l'argent à leurs proches. (45% en Europe)

Gérard Nébouy, Regional Managing Director France de Visa, commente :

« Visa se passionne pour l'innovation et s'engage à collaborer avec une grande variété de partenaires pour offrir aux consommateurs des paiements digitaux sécurisés où qu'ils se trouvent et sur l'appareil de leurs choix. Les résultats de cette étude montrent que le marché français est dynamique mais qu'il reste encore un potentiel de développement fort dans le commerce en ligne et les applications mobiles. »

LES MILLENNIALS, TÊTE DE PONT DES PAIEMENTS DIGITAUX

Les « Millennials » sont les plus adeptes des paiements digitaux. En effet, 77% des Français interrogés de 18 à 34 ans s'identifient comme « utilisateurs réguliers ».

- 82% comptent rester utilisateurs de paiements mobiles dans les trois prochaines années
- 65% des Millennials comptent utiliser la banque en ligne, contre 53% pour la moyenne des Français
- Près de la moitié d'entre eux (46%) utilisent déjà leurs mobiles pour transférer de l'argent à des proches, contre 30% pour la moyenne nationale.

DES INQUIETUDES DEMEURENT CONCERNANT LA SECURITE ET LA CONFIDENTIALITE

Un des principaux moteurs de la croissance des paiements digitaux est le renforcement de la confiance dans les technologies mobiles.

- Pour près d'un Français sur deux la protection des données personnelles (49%) est importante quand il s'agit des paiements mobiles, ce qui est dans la moyenne européenne (46%)

- En France, les inquiétudes concernant la sécurité restent dans la moyenne européenne (62% vs. 59% en Europe). En Europe, il est à noter que cet indice de confiance s'est amélioré car 65% du panel s'était déclaré inquiet en 2015 et 2016 contre 59% cette année.

L'ENGOUEMENT POUR LES SOLUTIONS BIOMETRIQUES SE CONFIRME

En France, la biométrie comme moyen d'authentification gagne encore en popularité :

- 79% des consommateurs considèrent que les solutions biométriques offrent un moyen sûr d'authentification
- Les Baby-Boomers et les Millennials sont d'accord sur ce point (80% et 79%, respectivement)
- Le scan des empreintes digitales et de l'iris sont perçus comme les moyens les plus sûrs d'authentification biométrique (71% et 68%, respectivement)

LA FAMILLE, LA BANQUE ET LES INSTITUTIONS PUBLIQUES SONT LES PRINCIPAUX CERCLES DE CONFIANCE DES FRANCAIS

Si on observe une tendance accrue du partage d'informations sur les réseaux sociaux, les consommateurs français font clairement la différence lorsqu'il s'agit de partager des données personnelles telles que leurs coordonnées bancaires ou leurs cartes de paiement.

- Les membres de la famille inspirent le plus de confiance (51%), suivis des banques (43%) et des institutions publiques (42%)
- 80% des personnes interrogées ont exprimé leur réticence lorsqu'il s'agit de partager des données personnelles via les médias sociaux, dont deux tiers (61%) se disent mal à l'aise pour partager leurs coordonnées bancaires ou de carte de paiement sur les réseaux sociaux
- Les trois cinquièmes des personnes interrogées sont à l'aise pour partager leurs données biométriques avec leurs banques (70%) ou avec les institutions publiques (72%)
- Près de la moitié des Français (47%) ne souhaitent pas partager leurs données biométriques sur les réseaux sociaux, ce qui est aussi le cas en Italie (49%) et en Espagne (46%)

L'ACCEPTATION DU PAIEMENT DIGITAL S'ÉTEND

Les commerçants européens installent de plus en plus de nouvelles technologies permettant le paiement par cartes et appareils mobiles NFC.

- En Europe, les cinq catégories les plus prisées pour le paiement mobile sont les restaurants, les supermarchés, les transports, la restauration rapide, ainsi que les loisirs et divertissements.
- Lorsqu'ils utilisent leurs appareils mobiles pour effectuer un achat, les consommateurs européens dépensent en moyenne 9 euros en magasin et 38 euros en ligne.
- En déplacement à l'étranger, les Européens ont utilisé leurs appareils mobiles pour régler des achats dans 103 pays, montrant ainsi la confiance et le sentiment de sécurité à se servir d'un smartphone ou d'une tablette pour payer dans un autre pays.

###

À propos de Visa Inc.

Visa Inc. (NYSE: V) est le leader mondial des paiements digitaux. Sa mission consiste à connecter le monde grâce au réseau de paiement le plus innovant, fiable et sécurisé du marché, permettant aux individus, aux entreprises et aux économies de prospérer. VisaNet, son infrastructure mondiale intégrant les dernières technologies, permet un paiement fiable et sécurisé partout dans le monde ; il est capable de traiter plus de 65 000 transactions par seconde. La priorité absolue que Visa accorde à l'innovation est un catalyseur de croissance rapide du commerce connecté, quel que soit le terminal, et un puissant vecteur pour la réalisation d'un avenir sans argent liquide, partout et pour tous. Accompagnant la transition de l'analogique au digital, Visa mobilise sa marque, ses produits, ses équipes, son réseau et sa taille pour redéfinir l'avenir du commerce. Pour en savoir plus, consultez www.visa.fr, le blog Visa Vision (vision.visaeurope.com) et [@Visa_Fr](https://twitter.com/Visa_Fr).

Contacts :

Service de Presse Visa en France

Agnès Gilbert – agnes.gilbert@opinionvalley.com - Tel. 06 84 61 30 71

i Visa a commandité l'étude Digital Payments auprès de Populus. L'enquête a été réalisée en juin et juillet 2017 dans 22 pays européens : Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Israël, Italie, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Royaume-Uni, Slovaquie, Suède, Suisse et Turquie. L'échantillon total s'élevait à 42 308 consommateurs, avec environ 2 000 personnes interrogées par pays.

ii Le **mobile money** (ou argent mobile) correspond à l'utilisation d'un smartphone, d'une tablette ou d'un accessoire à porter pour gérer son argent ou effectuer un paiement en personne, en ligne ou au sein d'une application.