

## Les Européens sont prêts à utiliser la biométrie pour sécuriser leurs paiements

---

- Deux tiers des consommateurs européens souhaitent utiliser la biométrie lorsqu'ils effectuent un paiement
- Pour trois quarts des personnes interrogées, l'authentification à 2 facteurs, c'est-à-dire associer la biométrie (ce que l'on est) à un outil de paiement (ce que l'on a), est perçue comme un moyen sûr de validation des transactions.
- La moitié pense que les paiements seront plus sûrs et simplifiés grâce à la biométrie
- Le scan des empreintes digitales est le type de biométrie le plus connu

**Paris, le 18 juillet 2016** – Visa Inc. (NYSE : V) D'après une nouvelle étude de Visa, les consommateurs européens sont intéressés par l'utilisation de la biométrie pour effectuer des paiements, surtout lorsqu'elle est associée à d'autres méthodes de sécurisation. Près des trois quarts (73 %) des personnes interrogées considèrent que l'authentification à 2 facteurs, où la biométrie est utilisée en conjonction avec un outil de paiement, constitue une méthode sécurisée pour s'assurer de l'identité du porteur. L'authentification à deux facteurs associe un support possédé par la personne (carte à puce, téléphone portable, etc.) à un élément constitutif de l'identité de la personne (empreinte biométrique) ou un élément connu de la personne (mot de passe, identifiant). Quelles que soient les situations de paiement, en ligne ou en face-à-face, plus des deux tiers (68 %) veulent utiliser la biométrie comme méthode d'authentification renforcée pour les paiements. Les commerces en ligne ont tout à y gagner, puisque près d'un tiers des consommateurs (31 %) a déjà abandonné un achat sur internet au moment de payer, à cause de la procédure de sécurité.

**Jonathan Vaux, Directeur de l'Innovation et des Partenariats chez Visa Europe, note :**

*« L'authentification et la vérification biométriques suscitent beaucoup d'enthousiasme dans l'univers du paiement parce qu'elles offrent l'opportunité de simplifier et d'améliorer l'expérience client. Notre étude indique que la biométrie est de plus en plus reconnue comme un moyen d'authentification sûr, au fur et à mesure que le grand public se familiarise avec ces fonctionnalités sur leurs terminaux mobiles. »*

*« Toutefois, un des défis de l'authentification biométrique réside dans les scénarios où il s'agirait de l'unique forme d'authentification, puisqu'elle pourrait donner lieu à de faux positifs ou de faux négatifs, n'étant pas binaire. La biométrie est particulièrement efficace lorsqu'elle est associée à d'autres facteurs, tels qu'un terminal mobile, des technologies de géolocalisation ou une méthode supplémentaire d'authentification. C'est pourquoi nous pensons qu'il est important d'adopter une approche globale qui prenne en compte une large gamme de technologies contribuant à une meilleure expérience, de l'émission d'une carte à la réalisation d'un achat ou à la vérification du solde d'un compte. »*

Quant aux avantages de l'authentification biométrique, c'est-à-dire la validation de l'identité par la mesure des caractéristiques intrinsèques propres à chacun, telles que les empreintes digitales ou le scan rétinien, la moitié (51 %) des Européens affirme que son utilisation au moment du paiement pourrait créer une expérience d'achat plus rapide et simple que les méthodes traditionnelles. De même, un tiers (33 %) apprécie le fait que l'authentification biométrique assure la sécurité de leurs données même lorsque le terminal mobile est perdu ou volé.

#### **Jonathan Vaux poursuit :**

*« Avec les progrès de la technologie, les consommateurs ont de plus en plus de choix pour payer. Tout comme les façons de payer dépendront du lieu et du terminal utilisé, les méthodes d'authentification devront être adaptées à chaque situation. Si l'authentification biométrique offre d'importantes opportunités pour obtenir le bon équilibre entre praticité et sécurité, il ne s'agit pas de l'unique réponse. À l'avenir, nous utiliserons un mix de solutions en fonction de la situation d'achat. En adaptant nos standards pour reconnaître aujourd'hui toutes ces technologies comme des formes valables d'authentification, nous contribuons à créer un environnement adapté pour que les paiements se fassent en toute sécurité, praticité et discrétion. »*

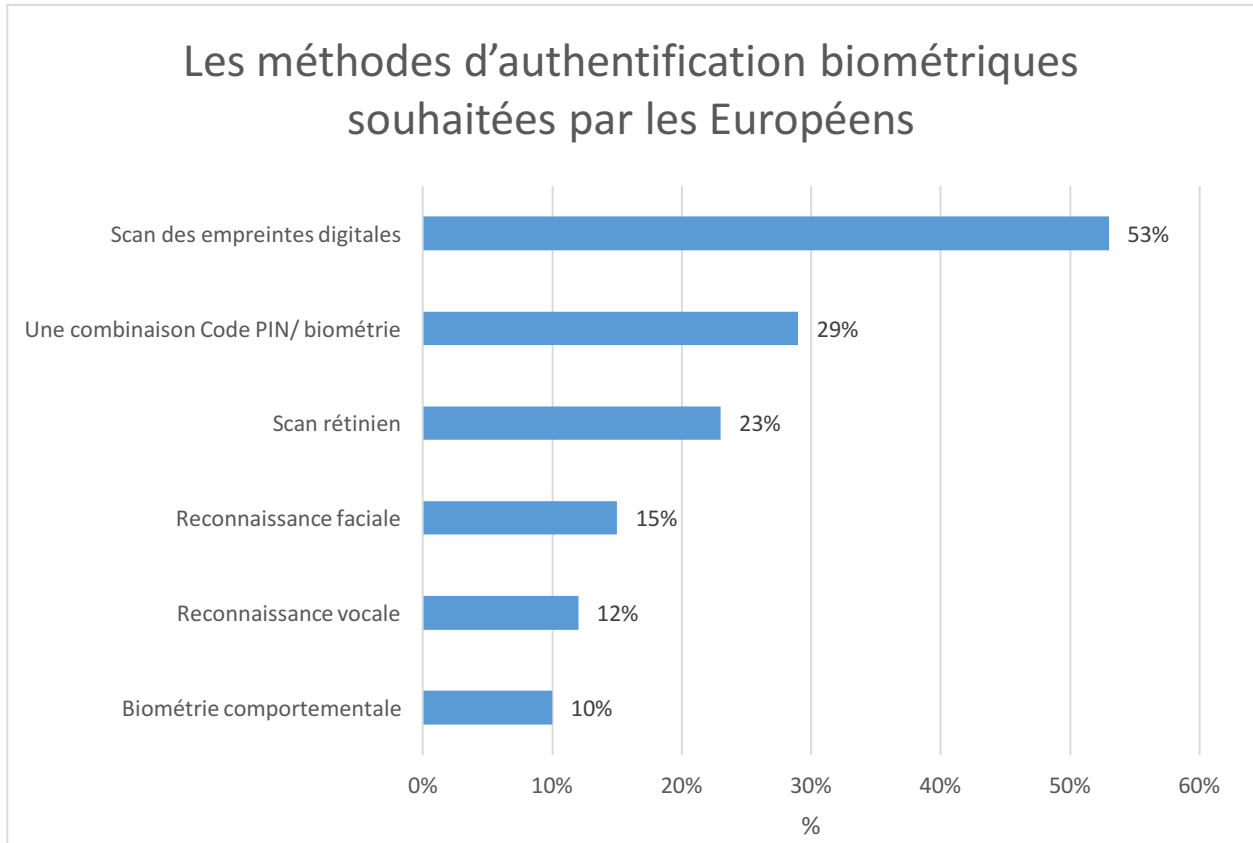
#### **La familiarisation avec les empreintes digitales**

Ayant interrogé plus de 14 000 consommateurs européens, l'étude révèle que la discrétion et la connaissance des méthodes biométriques sont des vecteurs importants d'adoption. Avec l'essor du paiement mobile, la reconnaissance des empreintes digitales apparaît comme la forme de paiement biométrique la plus favorable, par sa simplicité d'utilisation et sa sécurité. Lorsqu'on ne considère que la perception sécuritaire des technologies biométriques, 81 % des consommateurs pensent que les empreintes digitales sont les plus sûres, suivies du scan rétinien (76 %).

C'est pourquoi plus de la moitié (53 %) exprime une préférence pour les empreintes digitales par rapport aux autres formes d'authentification biométrique pour effectuer un paiement.

Dans toute l'Europe, peu de consommateurs affirment préférer la reconnaissance vocale ou faciale comme méthode de paiement dans diverses situations, qu'il s'agisse de régler un bien ou un service en face-à-face ou sur

internet (12 % et 15 %, respectivement). Cependant, on observe en France une plus forte acceptation de ces deux solutions avec respectivement 23 % pour la reconnaissance faciale et 18 % pour la reconnaissance vocale. Les Français sont également plus à l'aise avec le scan rétinien (28 %).



Source: Visa

Q : A l'avenir, si toutes les méthodes suivantes étaient disponibles pour l'authentification des paiements, laquelle préféreriez-vous utiliser pour faire vos achats dans chacun des scénarios suivants ? R : Tous les scénarios.)

### La clé du succès : l'équilibre entre la sécurité et la simplicité des achats

Si plus des deux tiers (67 %) des consommateurs reconnaissent l'importance des données de sécurité pour la protection de leur identité, les nouvelles formes d'authentification doivent parvenir à un équilibre entre rapidité et sécurité.

L'étude indique que l'authentification biométrique est presque autant appréciée pour les situations de paiement en face à face, où la rapidité est une priorité, qu'elle l'est pour les transactions en ligne. Les résultats le montrent clairement :

- 48 % souhaitent utiliser l'authentification biométrique dans les transports en commun
- 47 % souhaitent l'utiliser pour régler leurs notes dans les bars et restaurants

- 46 % voudraient acheter ainsi des biens et services dans les commerces de proximité, comme les épiceries, les cafés ou les enseignes de restauration rapide.
- 40 % apprécieraient une authentification biométrique lorsqu'ils achètent en ligne
- Et 39 % lorsqu'ils téléchargent des contenus.

### **À propos de l'étude**

Visa a commandité l'étude « Paiements biométriques » auprès de Populus. L'enquête s'est déroulée du 22 avril au 6 mai 2016 dans sept pays européens : le Royaume-Uni, la Suède, l'Espagne, la France, l'Allemagne, l'Italie et la Pologne. L'échantillon total s'élève à 14 236, avec environ 2 000 personnes interrogées par pays.

###

### **À propos de Visa Inc.**

Visa Inc. (NYSE : V), entreprise mondiale des technologies de paiement, apporte des solutions électroniques rapides, sécurisées et fiables aux consommateurs, entreprises, institutions financières et autorités publiques dans plus de 200 pays. Le réseau de traitement VisaNet est l'un des plus performants du monde, capable de traiter plus de 65 000 transactions par seconde, avec une protection efficace des consommateurs contre la fraude et l'assurance du paiement pour les commerçants. Visa n'est pas une banque, n'émet pas de cartes, ne fournit pas de crédit et ne fixe pas de taux ou de frais pour les consommateurs. Les innovations de Visa permettent toutefois à ses clients, les institutions financières, d'offrir davantage de choix aux consommateurs : paiement immédiat avec le débit, paiement anticipé avec le prépayé, et paiement différé avec les produits de crédit. Pour en savoir plus, consultez notre site internet ([www.visaeurope.com](http://www.visaeurope.com)), le blog Visa Vision ([www.vision.visaeurope.com](http://www.vision.visaeurope.com)) et @VisaEuropeNews

### **Contacts :**

Virginie Cassidy - +33 (0) 1 40 15 18 80 - [cassidyv@visa.com](mailto:cassidyv@visa.com)

Service de presse Visa Europe France

Agnès Gilbert - +33 (0) 6 84 61 30 71 – [agnes.gilbert@opinionvalley.com](mailto:agnes.gilbert@opinionvalley.com)

Gladys Diandoki - +33 (0) 6 31 89 45 45 – [gladys.diandoki@opinionvalley.com](mailto:gladys.diandoki@opinionvalley.com)