

Communiqué de presse

LES MOYENS DE PAIEMENT PRÉFÉRÉS DES FRANÇAIS



LA CARTE BANCAIRE : MOYEN DE PAIEMENT PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS



LE MOYEN DE PAIEMENT PRÉFÉRÉ VARIE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ



LES MOYENS DE PAIEMENT FIDÉLISENT LES CONSOMMATEURS



ET DEMAIN ? UN RÉSERVOIR DE CROISSANCE :



BAROMÈTRE DES MOYENS DE PAIEMENT Cofidis Retail/Crédit Mutuel - CIC

LES MOYENS DE PAIEMENT PRÉFÉRÉS DES FRANÇAIS

- 95% des Français ont utilisé leur carte bancaire au cours de l'année
- 60% des Français ont payé en chèque au cours de l'année
- ... Et 40% souhaitent de moins en moins l'utiliser à l'avenir
- 1 Français sur 4 a utilisé des facilités de paiement durant l'année. 68% des Français l'envisagent à l'avenir.
- Les Français sont très satisfaits des moyens de paiement qu'ils utilisent (au moins 80% de satisfaction)
- 40% des Français sont prêts à utiliser le paiement par téléphone mobile à l'avenir.

Villeneuve d'Ascq, le 24 mars 2016 – Cofidis Retail a réalisé une étude sur les moyens de paiement, en partenariat avec le Crédit Mutuel et le CIC. Cette étude a pour objet de comprendre les usages, la perception et les attentes des Français en matière de moyens de paiement.

La carte bancaire, le moyen de paiement privilégié des Français

La carte bancaire est aujourd'hui le moyen de paiement privilégié des Français : ils sont 8 sur 10 à l'utiliser chaque semaine (79%).

Cette appétence pour la carte bancaire est une tendance européenne : les Britanniques sont même 96% à déclarer avoir utilisé leur carte bancaire au cours des 12 derniers mois. Ils sont 83% en Allemagne et 86% en Espagne.

En France, l'usage du chèque perdure : 60% d'utilisateurs au cours de l'année pour le chèque.

L'utilisation du chèque ne se retrouve nulle part ailleurs en Europe où le taux d'utilisation ne dépasse pas 20% (2% en Allemagne, 3% en Espagne, 11% en Grande-Bretagne et 20% en Italie).

Cependant, l'utilisation de ce moyen de paiement est en train de perdre du terrain : **40% des Français déclarent vouloir moins utiliser les chèques à l'avenir.**

Les facilités de paiement ont quant à elles été utilisées par 1 Français sur 4 durant l'année écoulée. Un recours en France en-deçà des usages moyens des Européens (46%), qui utilisent notamment le crédit directement par le biais de leur carte bancaire.

Des arbitrages dans les moyens de paiement en fonction des sommes et des typologies d'achat

Les utilisateurs de carte bancaire et de portefeuille électronique (wallet) les privilégient pour payer les petits montants : 68% des utilisateurs wallet et 58% des utilisateurs de carte bancaire s'en servent pour des montants de moins de 100 euros.

A l'inverse, s'agissant des facilités de paiement, 79% des utilisateurs y recourent pour un montant supérieur à 100 euros.

Dans son choix du moyen de paiement, le consommateur prend également en compte le type d'achat réalisé :

- les espèces sont préférées pour des achats en habillement (18%) et en bricolage ou jardinage (22%),
- le chèque pour sa part, se distingue pour les achats « santé » optiques et prothèses auditives (25%), des achats dans le domaine de la santé pour lesquels la pratique est encore largement répandue ;
- les facilités de paiement se distinguent pour les équipements de la maison (18%) et la téléphonie/high tech (15%).

Des moyens de paiement qui fidélisent les consommateurs

Les Français sont très satisfaits des moyens de paiement qu'ils utilisent aujourd'hui quel que soit le moyen de paiement utilisé (plus de 80% pour chacun des moyens de paiement).

Plus encore, les moyens de paiement ont un impact sur la fidélité à l'enseigne : ce sont les wallets qui remportent le plus fort taux avec 77% d'utilisateurs qui déclarent que ce moyen de paiement leur donne envie d'acheter plus souvent dans l'enseigne. Viennent ensuite, les facilités de paiement (72%) et le chèque cadeau (68%).

Si le moyen de paiement attendu n'est pas proposé, en moyenne, 1 consommateur sur 2 visitera une enseigne concurrente. Cet impact est encore plus fort pour les facilités de paiement, où il atteint 2 consommateurs sur 3 (66%)

Comment continuer à innover demain ?

Si les Français s'orientent vers des moyens de paiement de plus en plus dématérialisés, ils restent à convaincre : **40% des Français sont prêts à utiliser le paiement par téléphone mobile à l'avenir** (6% aujourd'hui) mais la confiance est le premier frein cité par les utilisateurs réfractaires (54%).

Le wallet a également un bel avenir devant lui : aujourd'hui, 44% des Français l'utilisent mais son potentiel d'utilisateurs à l'avenir atteint 73%.

Pour autant, avec un bassin d'utilisateurs très large (95% d'utilisateurs) qui atteindra 99% à l'avenir, la carte bancaire n'est pas un moyen de paiement qui appartient au passé. Les technologies de paiement liées à la carte bancaire ont des perspectives de développement importantes : si le paiement sans contact représente aujourd'hui 30% d'utilisateurs, 65% des Français se disent prêts à l'utiliser demain.

Les facilités de paiement ont également un réservoir d'activité notable avec 68% de personnes intéressées pour les utiliser à l'avenir.

« Aujourd'hui, le niveau de satisfaction des Français à l'égard des moyens de paiement est tellement élevé qu'il est difficile d'augmenter leur valeur d'usage. Le défi des moyens de paiement est de faire émerger de nouveaux bénéficiaires qui doivent avoir un impact très fort pour espérer détrôner la carte bancaire, explique Guillaume Leman, Directeur des partenariats chez Cofidis Retail. Nous observons avec attention les réservoirs de développement liés aux moyens de paiement afin de pouvoir adapter nos offres et nos services aux attentes de demain. »

Méthodologie

Une étude réalisée par GfK par questionnaire on-line du 9 au 29 février 2016 auprès d'un échantillon d'environ 1 000 individus par pays, âgés de + de 18 ans, représentatifs de la population par pays en termes de sexe, âge, classe sociale, région.

À propos de COFIDIS RETAIL

Cofidis Retail propose l'offre la plus large du marché en matière de solutions de paiement. L'accompagnement de ses partenaires dans le développement de leur activité est au cœur de ses préoccupations. Forte de son positionnement centré sur la satisfaction client, Cofidis Retail apporte des solutions de paiement fluides, multicanales et parfaitement intégrées dans les parcours d'achats. Aujourd'hui, ce sont plus de 350 enseignes issues de la distribution physique ou de l'e-commerce qui font confiance à Cofidis Retail.

A propos de CRÉDIT MUTUEL

LE CRÉDIT MUTUEL EST UNE BANQUE COOPÉRATIVE QUI APPARTIENT À SES CLIENTS-SOCIÉTAIRES.

Non coté en bourse, c'est à ses clients qu'il rend des comptes et non à des actionnaires.

UNE BANQUE QUI PEUT PRENDRE SES DÉCISIONS AU PLUS PRÈS DE VOUS

Chaque Caisse de Crédit Mutuel bénéficie d'une vraie autonomie et peut accorder un crédit sans demander l'autorisation au siège. C'est tellement plus simple et plus rapide.

UNE BANQUE QUI PRIVILÉGIE VOS INTÉRÊTS

Les chargés de clientèle, non commissionnés sur les produits et services qu'ils proposent, conseillent en toute indépendance et au mieux des intérêts de leurs clients-sociétaires.

SPECIALISTE DES MOYENS DE PAIEMENT

Avec Le mouvement Desjardins au Canada et le CIC, le Crédit Mutuel a créé MONETICO qui propose des deux côtés de l'Atlantique des solutions monétiques à la pointe de la technologie : Monetico paiement, Monetico Mobile, Monetico Resto...

Une banque qui appartient à ses clients, ça change tout.

A propos de GfK

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme la Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur www.twitter.com/GfK

Contact presse

Anne Barthélemy (agence Babel)

Anne.barthelemy@agencebabel.com

01 53 00 11 92