

Sondage Syntec Numérique - Odoxa – janvier 2015

Un tiers des Français perçoit l'utilité de la fonction paiement sans contact de leur carte bancaire

Paris, le 22 janvier 2015 – Bien que la plupart des banques françaises propose désormais une fonction paiement sans contact (NFC) sur les nouvelles cartes bancaires, son utilisation paraît timide dans l'Hexagone. Syntec Numérique, en partenariat avec l'institut de sondage Odoxa¹, a donc souhaité faire le point sur cette innovation permettant de régler jusqu'à vingt euros sans avoir besoin d'insérer sa carte dans un lecteur ni de composer de code secret. Si les résultats sont sans appel, puisqu'une grande majorité de la population considère cette avancée technologique sans grand intérêt, la communication et la pédagogie auprès des utilisateurs semblent être l'une des clés au développement de ce marché.

Les Français et le paiement sans contact

- 15 % utilisent cette fonction
- 19 % ignorent si leur carte dispose de cette option
- 34% estiment cette technologie utile

La majorité des Français se désintéresse du paiement sans contact et le considère inutile

Près d'un Français sur deux (44 %) a connaissance de la fonction paiement sans contact de sa carte bancaire, mais seulement 15 % l'ont déjà utilisée. Ils sont deux fois plus nombreux (29 %) à ne pas s'en servir tout en sachant qu'ils ont cette option. Et un Français sur cinq (19 %) ignore encore si sa carte intègre cet outil.

Par ailleurs, 57 % des personnes interrogées trouvent le paiement sans contact inutile. Ce désintérêt pour le sujet semble toucher toutes les catégories de population interrogée.

Cette dernière tendance comporte toutefois quelques nuances : **près de la moitié des ruraux, n'ayant pas autant de distributeurs et / ou de possibilités de paiements que les urbains, estime le paiement sans contact utile, au même titre que les cadres (42 %) et les jeunes actifs âgés de 25 à 34 ans (45 %)**. Or, comme pour l'ensemble des Français, près d'une personne sur deux parmi ces trois catégories potentiellement intéressées ignore aujourd'hui si sa carte dispose de cette fonction.

« Ces résultats sont assez surprenants concernant une innovation majeure qui simplifie considérablement les petites transactions quotidiennes effectuées par les Français dans le cadre de leurs achats de proximité. Il apparaît clairement à la lecture de ces résultats que l'adoption d'une évolution technologique majeure n'est jamais acquise par avance, surtout lorsqu'elle touche directement au porte-monnaie. Bien sûr, les raisons de cette désaffection sont diverses et dépendent aussi de l'âge et de la catégorie professionnelle des sondés mais il n'en reste pas moins vrai que l'intégration d'une puce de paiement sans contact dans la majorité des cartes de crédit n'est pas perçue comme une évolution suffisamment intéressante par nos concitoyens.

Cela démontre que l'innovation pour l'innovation, que ce soit dans le numérique ou ailleurs, ne garantit pas l'adoption par les utilisateurs de nouvelles habitudes qui bousculent leurs usages », explique Bruno Vanryb, Administrateur de Syntec Numérique

Le manque d'information et de communication : principal frein au déploiement du paiement sans contact

La position des Français est sans équivoque et révèle un indispensable effort de pédagogie.

La méconnaissance de la fonction de paiement sans contact est d'ailleurs la principale raison invoquée par les personnes ne l'utilisant pas (43 %), suivie par le manque d'habitude (21 %) et le manque d'information sur l'usage de cette technologie (9 %).

Au total, 73 % des non-utilisateurs se justifient par une absence d'information et de communication sur l'utilité de cette option.

A l'inverse, ceux qui avancent des raisons techniques pour justifier leur non-utilisation sont beaucoup moins nombreux (seuls 14 % ne l'utilisent pas par crainte de bugs et 9 % au regard des montants plafonnés trop faibles, contrairement aux Etats-Unis).

« Cela ne veut pas dire que le paiement sans contact n'a pas d'avenir, bien au contraire. Il passe forcément par un travail de communication, d'explication et une courbe d'apprentissage, pour le faire entrer dans notre quotidien. Les grands industriels du numérique le savent et la généralisation des Smartphones ou des objets connectés se fait grâce à une communication très active et très en amont. Le paiement sans contact ayant été rajouté de façon automatique sur des cartes de crédit par la plupart des banques qui n'ont pas forcément l'habitude de lancer ce type de projets peut expliquer le déficit de connaissance et d'adoption. C'est donc à elles de se réunir maintenant pour travailler cet aspect en répliquant dans la manière de communiquer et de diffuser les méthodes marketing déjà éprouvées dans le secteur des nouvelles technologies. C'est un prix somme toute très modéré à payer pour donner aux Français l'envie de changer leurs habitudes de paiement tout en se sentant en pleine sécurité », conclut Bruno Vanryb.

Rapport détaillé du sondage et organisation d'entretiens avec des experts / entrepreneurs de la robotique sur simple demande auprès de l'agence Wellcom

¹ Deuxième édition des « Rendez-vous de l'Innovation » réalisée pour Syntec Numérique par Odoxa, en partenariat avec Le Parisien, 01Net, L'Usine Nouvelle et BFM Business.

Méthodologie :

Enquête réalisée auprès d'un échantillon de Français recrutés par téléphone et interrogés par Internet les 15 et 16 janvier 2015.

Echantillon de 1 008 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, profession du chef de famille après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Syntec Numérique

Syntec Numérique est le syndicat professionnel des entreprises de services du numérique (ESN), des éditeurs de logiciels et des sociétés de Conseil en Technologies. Syntec Numérique représente 1 500 sociétés adhérentes, soit 80 % du chiffre d'affaires de la profession.

Présidé depuis juin 2010 par Guy Mamou-Mani, Syntec Numérique contribue au développement des Technologies de l'Information et de la Communication et de leurs usages, assure la promotion des entreprises des Logiciels & Services et la défense des intérêts collectifs professionnels. www.syntec-numerique.fr

Contact : Anne-Julie Ligneau / 01 44 30 93 00 / ajligneau@syntec-numerique.fr

Relations presse / Agence Wellcom : Elise Plat – Ingrid Zémor / 01 46 34 60 60 / ep@wellcom.fr – iz@wellcom.fr