

Sécurité, facilité et choix :

LA VRAIE VALEUR DES CARTES



Étude sur la valeur et le coût des cartes dans un écosystème de paiement en constante évolution. Selon une enquête menée auprès de commerçants travaillant dans le commerce de détail physique et en ligne en Europe en 2023.

Points clés en France



Espèces et commerçants... une relation compliquée

Les **espèces** restent le mode de paiement le plus courant en Europe. Cependant, leur **part globale dans le total des transactions est en déclin**.

71% des commerçants français **préfèrent les paiements numériques aux paiements en espèces**, et 64 % d'entre eux souhaiteraient même avoir la possibilité de refuser les espèces.



Évolution du marché : gagnants et gagnants

L'environnement européen des paiements est vaste et multifacettes, avec une grande variété de marques et de solutions disponibles, répondant aux différents besoins des différents commerçants et consommateurs. **Les commerçants apprécient cette diversification.**

79% des commerçants français sont **satisfaits des solutions de paiement** à leur disposition.

En particulier, les commerçants se montrent très positifs en Italie, en Espagne et en Pologne, où les espèces sont traditionnellement perçues comme le mode de paiement privilégié.

85% des commerçants français estiment que l'acceptation d'un large éventail de solutions **augmente les ventes.**

Les **paiements mobiles en Europe ont triplé** au cours des trois dernières années. Les portefeuilles mobiles représenteront jusqu'à 30 % des transactions de commerce électronique en Europe d'ici 2024. **68 %** des commerçants français pensent que les **paiements mobiles** ont été **bénéfiques pour leur activité.**



Ce que les commerçants veulent vraiment

La **sûreté et la sécurité** sont les principales priorités des commerçants lorsqu'ils choisissent des moyens de paiement, suivies de la préférence du client, de la portée, de la commodité pour le commerçant et du coût.

67% des commerçants français préfèrent accepter les cartes plutôt que d'autres modes de paiement.

Les commerçants **apprécient les cartes** pour les raisons suivantes :

- » Une garantie de paiement
- » Une meilleure sécurité
- » Une meilleure expérience d'achat.

Les virements bancaires, y compris les virements instantanés, sont en retard par rapport à d'autres méthodes de paiement, bien qu'ils **gagnent en popularité** dans les pays où des marques de paiement instantané populaires existent, comme en Pologne et en Suède.



Stratégies de paiement équilibrées

L'élaboration d'une **stratégie globale d'acceptation des paiements** est essentielle pour les commerçants – en particulier les petits commerçants – afin de **générer des revenus et de réduire les coûts**.

Si la gestion des coûts de transaction est importante, d'autres éléments tels que **des taux d'approbation élevés, la sécurité, la protection contre la fraude et un parcours client attrayant** sont encore plus déterminants.

Lorsqu'ils sont interrogés sur leur **stratégie d'acceptation des paiements**, les commerçants répondent que la sécurité et la réduction des coûts sont les principaux facteurs décisionnels, tandis que « l'augmentation des taux de conversion », qui peut considérablement stimuler les ventes, n'est un point d'intérêt que pour 30 % des commerçants français.



Paiements par carte : coût et valeur

Le **coût n'est pas la variable la plus importante lors du choix entre les modes de paiement**. La sécurité, l'expérience client, l'accessibilité et la commodité sont les principaux moteurs de la préférence des commerçants.

90% des commerçants français ont déclaré que la **valeur des cartes l'emporte sur le coût**. La grande majorité des commerçants sont satisfaits des frais qu'ils paient pour les cartes.

Les frais de carte sont restés stables au fil des ans, mais ils peuvent varier considérablement selon le type de transaction et de commerçant.

74% des commerçants français affirment que **le coût a diminué** ou est resté le même au cours des dernières années.

1 commerçant indique malheureusement qu'il ne français sur 4 comprend toujours pas les frais qu'il paie.



Responsabiliser les commerçants

L'écosystème des paiements évolue rapidement et rester à jour peut être un défi. Les initiatives visant à partager des informations et à sensibiliser aux différents modes de paiement et réseaux disponibles pour les commerçants devraient être encouragées. Elles sont essentielles pour renforcer l'autonomie des commerçants, augmenter les ventes, améliorer les taux de conversion et élargir la clientèle.

