Sécurité, facilité et choix :

LA VÉRITABLE VALEUR DES CARTES

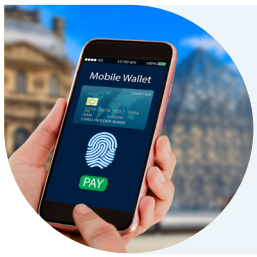
Étude sur la valeur et le coût des cartes dans l'écosystème dynamique des paiements d'aujourd'hui. Basée sur une enquête menée auprès de commerçants et de consommateurs en France.

Introduction

Avec l'évolution constante des technologies de paiement, le nombre d'options de paiement disponibles sur le marché français ne cesse de croître. Les Français en sont conscients, puisque 86 % des consommateurs considèrent que le marché français des paiements est au moins aussi innovant que les autres en Europe, et que 79 % des commerçants interrogés sont satisfaits des solutions de paiement à leur disposition.

Parmi les nombreuses options disponibles, les consommateurs et les commerçants français expriment leur préférence pour les paiements par carte et en espèces. Au cours des 12 derniers mois, 87 % des consommateurs français affirment avoir payé à l'aide de cartes, 75 % d'entre eux ayant également utilisé de l'argent liquide pendant la même période. Lorsqu'on les interroge sur les modes de paiement qu'ils préfèrent accepter, une écrasante majorité de commerçants français déclarent privilégier ces modes de paiement.

> **80 %** des consommateurs français préfèrent payer par carte pour leurs achats en ligne



PAYMENTS EUROPE

Méthodologie :
Ce rapport est basé sur deux enquêtes commandées par Payments Europe et menées par FTI Consulting en mai 2023 et mai 2024.

En 2023, 1 560 commerçants opérant en France (264), en Allemagne (252), en Italie (263), en Espagne (271), en Suède (242) et en Pologne (268) ont répondu à l'enquête.

En 2024, 13 000 consommateurs vivant en France (1 000), en Autriche (1 000), en Grèce (1 000), en République tchèque (1 000), au Danemark (1 000), en Finlande (1 000), en Allemagne (1 000), en Hongrie (1 000), en Irlande (1 000), en Lettonie (1 000), en Lituanie (1 000), en Pologne (1 000) et en Suède (1 000) ont répondu à l'enquête. Pour une meilleure représentativité, une pondération a été effectuée sur les personnes interrogées en fonction de la région, du sexe et de l'âge.

Faits marquants

Le point de vue des commerçants

Rapport avec les espèces

Lorsqu'ils sont interrogés sur leur mode de paiement préféré, **plus de 95 % des commerçants français déclarent préférer les paiements par carte,** suivi des règlements en espèces.

Les cartes (de débit et de crédit) sont la principale source de chiffre d'affaires des commerçants français, puisqu'elles représentent 50 % de celui-ci. Représentant 32 % du chiffre d'affaires total des commerçants interrogés, les paiements en espèces jouent également un rôle prépondérant. On s'attend à ce que cette situation évolue dans les années à venir : la part des espèces devrait diminuer au profit des modes de paiement numériques.

En France, 71 % des commerçants préfèrent les paiements numériques aux règlements en espèces. S'ils avaient le choix, 64 % d'entre eux souhaiteraient pouvoir refuser les paiements en espèces.

Les espèces restent le mode de paiement jugé le plus pratique et le plus facile d'utilisation, mais elles ne sont pas considérées comme particulièrement fiables du point de vue des mesures de lutte contre la fraude, où les cartes maintiennent un net avantage.

Évolution du marché : gagnants et gagnants

À l'instar de leurs homologues européens, 79 % des commerçants français apprécient la variété des options de paiement dont ils disposent.

85 % d'entre eux pensent que le fait d'offrir la possibilité de payer avec un grand nombre de modes de paiement différents leur permet d'augmenter leur chiffre d'affaires, et **88 % estiment que leurs clients sont satisfaits des solutions de paiement dont ils disposent.**

De plus, 94 % des commerçants français considèrent que l'introduction des paiements sans contact (par carte ou par téléphone portable) a été bénéfique pour leur organisation.

Ce que les commerçants nous disent

Lorsqu'ils choisissent d'accepter un mode de paiement, la sécurité et la sûreté sont les premières priorités des commerçants français (choisies par 41 % d'entre eux), suivies par la préférence du consommateur (36 %) et la capacité à toucher le plus grand nombre d'acheteurs possible (33 %).

81 % des commerçants français essaient activement d'optimiser leurs moyens de paiement, essentiellement pour augmenter leur chiffre d'affaires, réduire leurs coûts et toucher une clientèle plus large.

Conformément à leurs homologues européens,

85 % des commerçants français pensent qu'en acceptant un large éventail d'options de paiement, ils ont pu augmenter leur chiffre d'affaires.

Paiements par carte : coût et valeur

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

car elles garantissent mieux les paiements, tout en offrant davantage de sécurité et une meilleure expérience pour les clients.

90 % des commerçants français estiment que la valeur qu'offrent les cartes est supérieure à leur coût, et une vaste majorité d'entre eux sont satisfaits des coûts liés aux règlements par carte.

De plus, 74 % d'entre eux déclarent même que le coût des cartes a diminué ou est resté stable au cours des dernières années.

PAYMENTS EUROPE

Faits marquants

Le point de vue des consommateurs

Rapport avec les espèces

Les consommateurs français ont moins recours à l'argent liquide que les autres consommateurs européens. En effet, le nombre d'entre eux qui ont utilisé des espèces l'année dernière est inférieur de 8 % à la moyenne du continent. De plus, **72 % des consommateurs français disent préférer payer par carte chez un commerçant, même si la possibilité de payer en espèces est proposée,** soit un peu plus que la moyenne européenne.

À l'échelle du continent, les espèces restent le mode de paiement privilégié pour les transactions ménagères, avec une moyenne de 48 % des consommateurs qui choisissent l'argent liquide pour ce type de paiement. En France, seulement 35 % des consommateurs indiquent préférer les espèces pour ce type de transactions.

Dans l'ensemble, les consommateurs français font moins confiance aux espèces que les autres Européens pour le règlement de montants importants. En effet, seuls 26 % d'entre eux considèrent les espèces comme le mode de paiement le plus sûr dans ces situations, contre une moyenne européenne de 33 %, tandis que 51 % des consommateurs français estiment que les cartes sont le moyen de paiement le plus sûr pour effectuer des transactions importantes.

Un coup d'œil sur les préférences des consommateurs

La sécurité, la sûreté et la disponibilité des paiements en ligne sont les principaux facteurs pris en compte par les consommateurs français lorsqu'ils choisissent un fournisseur de paiement.

Il est intéressant de noter que 65 % des consommateurs français estiment que les références en matière d'environnement et de durabilité de leur fournisseur de paiement sont un critère important pour choisir leur mode de paiement, soit un peu plus que la moyenne européenne.

Le pourcentage de consommateurs français souhaitant davantage d'innovation sur le marché des paiements est inférieur à la moyenne européenne. Cela reflète une fois de plus leur satisfaction globale vis-à-vis des options de paiement déjà disponibles.

Il convient également de noter que l'utilisation du paiement différé (BNPL - Buy now, pay later) est plus faible en France qu'ailleurs en Europe, puisque seuls 8 % des consommateurs français y ont eu recours l'année dernière, la moyenne européenne étant de 14 %.

Évolution du marché : gagnants et gagnants

85 % **des consommateurs français estiment que les modes de paiement actuellement disponibles répondent à leurs besoins.**

Bien que les paiements instantanés et les virements bancaires en temps réel soient moins populaires en France que sur d'autres marchés européens, 52% des consommateurs français disent savoir que ces méthodes sont disponibles pour les paiements entre particuliers..

On observe également les signes d'une numérisation croissante du marché des paiements, avec plus de la moitié des consommateurs français interrogés qui s'attendent à voir le nombre de transactions de paiement instantané augmenter au cours des 12 prochains moins. Toutefois, 33 % des consommateurs français indiquent encore que la fraude est une préoccupation majeure lorsqu'ils effectuent des virements bancaires en temps réel, et 22 % d'entre eux ont peur qu'ils ne soient pas acceptés par les commerçants.

Pleins feux sur les transactions en ligne

Les consommateurs français sont légèrement en retrait par rapport aux autres Européens en ce qui concerne leur recours aux achats en ligne, puisque seuls 62 % d'entre eux effectuent des achats sur Internet tous les mois, toutes les semaines ou tous les jours, alors que la moyenne européenne est de 71 %.

Lorsqu'ils effectuent des achats en ligne, 80 % des consommateurs français préfèrent payer par carte, chiffre nettement plus élevé que la moyenne des pays de l'UE étudiés (62 %).

PAYMENTS EUROPE

Faits marquants

Le point de vue des consommateurs

Valeur des cartes

78 % des consommateurs français font davantage confiance à leur carte qu'à d'autres moyens de paiement. 74 % d'entre eux estiment que les règlements par carte apportent une valeur ajoutée par rapport aux autres moyens de paiement, notamment grace a un accès simplifié aux retours et réclamations, ce que 81 % des consommateurs considèrent comme un avantage offert par les cartes.

De façon générale, les consommateurs préfèrent payer par carte pour des raisons de facilité, de sécurité et de rapidité. La plupart des consommateurs français estiment que les cartes sont le meilleur moyen de paiement en raison de leur facilité d'utilisation, de leur disponibilité et de leur acceptation généralisée en ligne et dans les magasins, tant en France qu'à l'étranger.

L'accès au crédit est également une caractéristique des cartes que 57 % des consommateurs français considèrent comme essentielle. En effet, par rapport aux autres pays européens, les consommateurs français s'appuient beaucoup plus sur l'utilisation des cartes de crédit (69 % en ont utilisé une au cours des 12 derniers mois, contre une moyenne de 48 % dans l'UE).

Il est à remarquer que les consommateurs français font encore plus confiance aux cartes que les autres Européens et qu'ils les considèrent comme le **meilleur moyen de paiement en ce qui concerne la sûreté et la sécurité, mais aussi la fiabilité et la crédibilité, ainsi que pour leurs caractéristiques d'assurance et de protection des consommateurs**. Ainsi, 81 % d'entre eux pensent qu'ils seront remboursés en cas de fraude.

Euro numérique

Comme dans les autres pays européens, les consommateurs français estiment avoir une connaissance limitée de l'euro numérique et de son développement, 44 % d'entre eux n'en ayant même jamais entendu parler.

Cela se traduit également par une incertitude quant aux bénéfices que l'euro numérique pourrait offrir, puisque **27 % des consommateurs ne savent pas réellement comment l'euro numérique pourrait leur apporter des avantages et que 25 % estiment qu'il n'y aurait aucun.**

Plus d'un tiers des quelques 9 % de consommateurs français qui se considèrent informés sur l'euro numérique estiment que ses principaux avantages seraient une rapidité et une facilité accrues.

PAYMENTS EUROPE

#TrueValue paymentseuropa.eu