

# CSA décrypte...

## Le paiement sans contact



### 2012 SERA-T-ELLE (ENFIN) L'ANNÉE DE DÉCOLLAGE DU PAIEMENT SANS CONTACT EN FRANCE ?

Promue par les fabricants, développeurs, institutions financières et autres industriels, réunis depuis 2004 au sein du forum de la *Near Field Communication*, **la révolution du paiement sans contact est attendue chaque année... Et pourtant, elle tarde à voir le jour !**

#### 2012 : DE L'EXPERIMENTATION AU DEVELOPPEMENT D'UN NOUVEL USAGE ?

En plein développement au Japon et aux Etats-Unis, le paiement sans contact est en France encore en expérimentation, avec des initiatives qui se multiplient dans plusieurs villes comme le dispositif *Citizy* lancé en mai 2010 à Nice, qui rassemble opérateurs télécoms, banques, opérateurs de transport, commerçants et acteurs industriels. Objet de toutes les attentions, le succès de cette technologie est sans nul doute lié – en partie au moins – à la possibilité demain de pouvoir payer avec son mobile.

Mais au-delà des initiatives pilotes, pour que les usages démarrent vraiment en France, **trois conditions *sine qua non*** sont à réunir : d'abord, **disposer de terminaux mobiles compatibles, s'assurer de l'équipement des commerces**, et enfin, **gagner la confiance du grand public**, les futurs utilisateurs !

Sur la compatibilité des terminaux, les indicateurs sont au vert : le parc de

téléphones compatibles n'est plus négligeable, et progresse rapidement, même la marque à la pomme travaillerait dessus pour l'iPhone 5.

Mais l'équipement des commerçants tarde à se concrétiser. Et du modèle économique retenu dépendra en grande partie l'envol de la technologie, les différents acteurs ayant à cœur d'éviter l'écueil *Moneo*, qui n'a jamais réussi à décoller faute d'un équipement massif des commerçants.

Reste le dernier facteur de l'équation du succès : **la confiance des utilisateurs**. Pour évaluer cet indicateur, **CSA s'est intéressé aux possesseurs de Smartphones, afin de mieux comprendre leurs perceptions et attentes par rapport au paiement sans contact**.

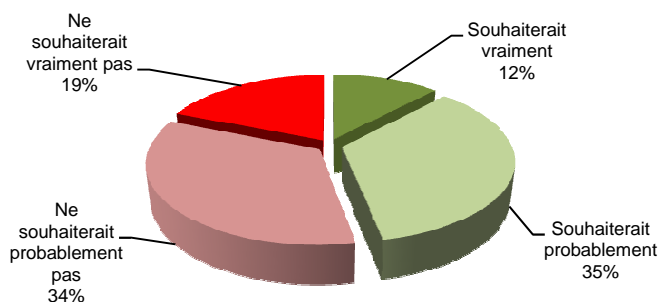
#### OÙ EN EST LE GRAND PUBLIC ?

Premier constat, peu connu il y a quelques années, le concept commence à faire parler de lui. **69% des possesseurs de Smartphone français déclarent avoir déjà entendu parler de paiement sans contact** et de la technologie NFC. Ce chiffre cache toutefois des niveaux d'information différents : **s'ils sont 23% à en avoir entendu parler plusieurs fois**, ils sont en revanche **46% à n'en avoir que « vaguement » entendu parler**.

Payer avec son téléphone n'est pas encore une évidence pour les détenteurs de Smartphone, **seulement 47% d'entre eux aimeraient se voir offrir cette possibilité**. Les freins sont encore nombreux, les utilisateurs ayant des exigences extrêmement fortes, tant pour la sécurité des paiements effectués que pour la protection des données personnelles.

**Souhaiteriez-vous avoir la possibilité de pouvoir payer avec votre téléphone portable en magasin ?**

1624 possesseurs de Smartphone



Certains verbatim recueillis auprès de nos interviewés illustrent bien **les différentes craintes**, avec en premier lieu la perception d'un risque accru de se faire dérober son téléphone, mais aussi la plus grande facilité à le pirater.

« Le risque de se faire dérober le téléphone et donc de mon moyen de paiement. »

« Ca encouragera encore plus les vols de téléphones, la carte Bleue ça me va très bien ! »

« La possibilité de vol de données bancaires en piratant le téléphone. »

« Concentrer sur un seul appareil électronique tout un tas de fonctionnalités n'est pas très sûr. Que faire en cas de défaillance de l'appareil ? »

A l'inverse **les partisans du paiement sans contact** accueillent positivement la facilitation du paiement, mais aussi la centralisation de toutes les applications au sein d'un même appareil que l'on a toujours sur soi.

« Rapidité et simplicité ! Inutile de sortir sa carte ou quoi que ce soit. Système déjà en place au Japon et très pratique. »

« J'ai toujours mon portable sur moi et cela simplifierai mes achats. »

« Il n'y aura pas de risque d'oublier sa carte bancaire dans la machine pour payer. »

« Un seul "outil" dans le sac »

Malgré cela, on voit bien pour l'instant que la **simplicité et la rapidité**, principaux bénéfices spontanément avancés en faveur du paiement sans contact, **ne constituent pas des avantages concurrentiels forts par rapport à l'existant : la Carte Bancaire**.

Principal avantage du paiement via téléphone mobile : la portabilité (mentionnée par 25% des répondants) et qui dépasse celle attribuée à la Carte Bancaire. Le téléphone semble ainsi convaincre plus fortement en tant que moyen de paiement personnel, que l'on a toujours avec soi.

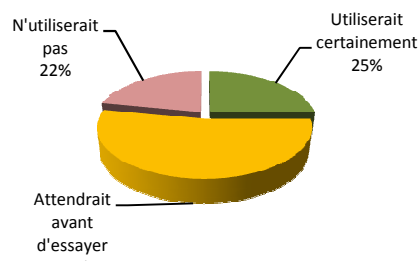
**Avantages principaux des différents modes de paiement**

	NFC	CB
La simplicité	48%	65%
La rapidité	45%	57%
La portabilité	25%	13%
La traçabilité & suivi des opérations	11%	28%
Un paiement sécurisé	11%	23%
Accepté partout	6%	26%
Les assurances bancaires	3%	8%
Adapté à des achats importants	1%	8%
L'anonymat	3%	2%

1624 possesseurs de Smartphone

Dans tous les cas de figures c'est plutôt l'attentisme qui risque de prévaloir dans les prochains mois, **53% des répondants attendront d'abord que la technologie s'installe et que d'autres personnes leur fassent un retour d'expérience positif**.

**Si votre banque vous offrait ce service, pensez vous que...**



1624 possesseurs de Smartphone

## QUI SERONT LES PREMIERS UTILISATEURS DU PAIEMENT SANS CONTACT ?

Comme pour d'autres technologies, le décollage du paiement sans contact passera par des *early-adopters*, susceptibles d'entraîner dans leur sillage le reste des utilisateurs. Mais étonnement, lorsque l'on analyse le profil des répondants les plus enthousiastes, on décèle peu de différences sociodémographiques avec le reste des possesseurs de Smartphones. Il faut donc chercher ailleurs les leviers de l'adoption du paiement sans contact...

Nous avons donc choisi de nous intéresser de plus près aux **Mobinautes, c'est-à-dire à celles et ceux qui surfent sur Internet à partir d'un téléphone mobile**, soit les 362 personnes de notre échantillon ayant spontanément répondu via leur mobile.

Et là, des différences patentes se dessinent avec le reste de la population. Ainsi, **54% d'entre eux souhaiteraient pouvoir payer dans les magasins avec leur téléphone portable** (contre 44% pour le reste de l'échantillon). De même, **32% utiliseraient certainement ce mode de paiement** contre 23% pour le reste de l'échantillon. Et chez eux, **la simplicité et la rapidité du paiement s'imposent clairement comme les moteurs de l'adoption de ce nouvel usage** en particulier chez les utilisateurs d'iPhone.

Ces résultats montrent bien que **la simple possession d'un terminal compatible NFC ne sera pas suffisante**, mais que ce seront les utilisateurs les plus avancés qui ouvriront le marché.

## ALORS, QU'ATTENDRE DE 2012 ?

L'équipement des utilisateurs restant à ce jour limité, il faudra sans doute attendre l'entrée de tous les fabricants pour observer une accélération sur ce marché. Restera ensuite à équiper les points de vente en terminaux de paiement, mais aussi à terme les distributeurs de billets des agences bancaires. Autrement dit, beaucoup reste à faire pour que cette technologie investisse notre quotidien.

Enfin, au-delà des équipements, comme nous l'avons observé, il va aussi falloir **éduquer et surtout convaincre les consommateurs quant à la fiabilité du système**. Un sujet sensible, un frein essentiel à lever... Et les polémiques récentes sur les failles de sécurité touchant la solution de Google ne sont pas de nature à rassurer une majorité de clients circonspects.

Fort de ce constat, les prochains mois pourraient plutôt voir se développer l'utilisation de la technologie NFC sur de nouvelles applications entre utilisateurs tels que les échanges de fichiers, mais **il faudra sans doute faire encore preuve de patience avant de demain pouvoir payer avec son téléphone mobile...** même si tous s'accordent sur les potentialités de cette technologie : *« La vraie révolution des paiements mobiles ne vient pas de l'utilisation d'une technologie donnée mais de la capacité des acteurs à réinventer de nouveaux produits et services en ajoutant des bénéfices clients, avant et après la transaction. La capacité à offrir des services plus contextualisés et plus personnalisés (accès à l'information produit en magasin, coupons mobiles...) aux consommateurs pour les inciter à découvrir de nouvelles offres ainsi que la possibilité d'intégrer des offres de fidélisation sur un portefeuille numérique peuvent changer la donne. »* déclarait Thomas Husson, analyste chez Forrester.

Bref, une innovation technologique qui pourrait demain révolutionner le marketing pour des marques en quête permanente de nouveaux outils pour nourrir leur relation avec les consommateurs, et c'est peut-être là le meilleur levier de sa diffusion auprès du grand public.

Frédéric RENALDO  
Directeur des Solutions Digitales

### **Méthodologie**

Étude exclusive réalisée par l'institut CSA par internet (CAWI – Computer Assisted Web Interviewing) du 10 au 13 janvier 2012. Echantillon de 1624 personnes, représentatif des possesseurs de Smartphone âgée de 18 ans et plus et constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, profession, région). En l'absence de statistiques officielles (type INSEE) sur la structure sociodémographique et professionnelle des possesseurs de Smartphone en France, la représentativité de l'échantillon a été assurée à partir des résultats de l'étude Crédoc : Conditions de vie et Aspirations - juin 2011

### **Retrouvez sur [www.csa.eu](http://www.csa.eu) nos précédentes notes d'analyse**

Des primaires populaires ? Analyse de la participation à la primaire socialiste (nov. 2011)

<http://www.csa.eu/multimedia/data/sondages/data2011/opi20111031-des-primaires-populaires.pdf>

Bilan 2011 de la popularité du Chef de l'Etat (décembre 2011)

<http://www.csa.eu/multimedia/data/sondages/data2011/opi20111231-bilan-de-l-annee-2011-pour-nicolas-sarkozy.pdf>

Le vote des catégories populaires (janvier 2012)

<http://www.csa.eu/multimedia/data/sondages/data2012/opi20120111-note-d-analyse-vote-des-categories-populaires.pdf>

Le vote d'extrême-gauche (janvier 2012)

<http://www.csa.eu/multimedia/data/sondages/data2012/opi20120201-note-d-analyse-vote-de-l-extreme-gauche.pdf>

La WebCampagne 2012 (février 2012)

<http://www.csa.eu/multimedia/data/sondages/data2012/opi20120217-note-d-analyse-la-webcampagne-2012.pdf>

Le vote en faveur de François Bayrou (mars 2012)

<http://www.csa.eu/multimedia/data/sondages/data2012/opi20120312-note-d-analyse-l-electorat-de-francois-bayrou.pdf>

Elections présidentielles et audience des émissions de télévision (mars 2012)

*En partenariat avec NPA Conseil*

<http://www.csa.eu/multimedia/data/sondages/data2012/opi20120313-note-d-analyse-audiences-tv-et-elections-presidentielles.pdf>

## NOUS CONTACTER

DIRECTION DE LA COMMUNICATION  
Hélène TABOURY  
01 44 94 34 02 • [helene.taboury@csa.eu](mailto:helene.taboury@csa.eu)

DÉPARTEMENT DES SOLUTIONS DIGITALES  
Frédéric RENALDO, Directeur  
[frederic.renaldo@csa.eu](mailto:frederic.renaldo@csa.eu)