



Communiqué de presse

Enquête exclusive Gfk pour Cofidis

« Les moyens de paiement selon les générations : état des lieux et prospective »

Les Français attachés aux moyens de paiement traditionnels, avec une plus forte appétence de la génération Z pour les moyens dématérialisés et innovants

- **La carte bancaire est le moyen de paiement le plus utilisé** : 97% des Français l'ont utilisé au cours des 12 derniers mois
- **Le paiement par carte bancaire sans contact se développe** : près de 2 français sur 3 (61%) l'ont utilisé au cours des 12 derniers mois
- **Les services de paiement en ligne (du type PayPal ou Paylib) renforcent leur position** : plus d'1 Français sur 2 (51%) a utilisé ce type de services au cours des 12 derniers mois
- **Les autres moyens de paiement digitaux (paiement par mobile sans contact, paiement via les réseaux sociaux, ...) sont à date plus confidentiels**
- **Mais attirent davantage et sans surprise la génération Z** : près d'un jeune sur 5 âgé de 18/24 ans (18%) a payé avec son téléphone mobile, sans contact, au cours des 12 derniers mois (contre 10% des Français)
- **Les formules locatives (LLD ¹ et LOA ²), qui se développent significativement dans l'automobile, séduisent également la génération Z** : 61% des 18/24 ans sont intéressées pour la LOA ou la LLD pour la voiture.

Villeneuve d'Ascq, le 20 mars 2018 – Cofidis, un des principaux acteurs du crédit à la consommation en France et également expert de solutions de paiement en plusieurs fois, publie ce jour l'enquête exclusive « Les moyens de paiement selon les générations : état des lieux et prospective », réalisée en partenariat avec l'institut Gfk.

Cette enquête fait le point sur les usages (en magasin physique et sur Internet), la perception et la satisfaction des Français en matière de moyens de paiement, qu'ils soient « classiques » (carte bancaire, chèque, ...) ou innovants (service de paiement en ligne, paiement mobile, ...). Elle renseigne également sur les préférences actuelles des Français et leurs aspirations pour l'avenir.

Il ressort notamment de l'enquête que les Français sont attachés aux moyens de paiement traditionnels (carte bancaire, espèces ou chèque), toutes générations confondues. Par exemple, 97% des Français ont utilisé leur carte bancaire au cours des 12 derniers mois (une proportion stable parmi les différentes catégories d'âge) et 73% d'entre eux aimeraient que la carte bancaire soit leur moyen de paiement par défaut (avec une proportion plus forte chez la génération Z : 78% des 18/24 ans).

¹ Location longue durée

² Location avec option d'achat

Concernant les nouveaux moyens de paiement, la génération Z (18/24 ans) se distingue significativement de la population générale. Cette génération a recours plus fortement à des moyens de paiement dématérialisés : près d'un jeune sur 5 âgé de 18/24 ans (18%) a payé avec son mobile, sans contact, au cours des 12 derniers mois (contre 10% des Français). **Ils aspirent à une utilisation plus simple et rapide des moyens de paiement, sans contrainte** : près de 2 jeunes sur 3 âgés de 18 à 24 ans (64%) sont intéressés par l'authentification avec leur empreinte digitale (contre 46% des Français). **Leur comportement traduit une agilité et une intégration rapide des évolutions technologiques dans leurs comportements d'achat** : plus d'un jeune sur 4 âgé de 18 à 24 ans (27%) est intéressé par le paiement par objet connecté (contre 15% des Français).

Guillaume Leman, Directeur des partenariats chez Cofidis Retail, déclare : « *Les usages et attentes de la génération Z illustrent parfaitement les comportements de paiement de demain. On parle en premier lieu d'une expérience fluide, de moyens de paiements dématérialisés et mobiles, c'est un basique. L'offre doit toutefois être innovante au-delà de la simple technique, capable de renforcer le lien avec le consommateur en étant à la fois légère, simple et rapide. C'est l'ambition première de Cofidis Retail pour ses Partenaires, il s'agit de créer avec eux les meilleures solutions pour assurer les conditions de succès des prochaines années.* »

[**Télécharger l'infographie de l'étude ici**](#)

Les Français attachés aux moyens de paiement traditionnels

97% des Français ont utilisé leur carte bancaire au cours des 12 derniers mois (une proportion similaire quelles que soient les générations) et 96% d'entre eux sont satisfaits de ce moyen de paiement. Il s'agit du moyen de paiement le plus utilisé pour les achats hors alimentaires en magasin physique comme sur Internet.

A l'avenir, près de 3 Français sur 4 (73%) aimeraient que la carte bancaire soit leur moyen de paiement par défaut, avec une proportion plus forte chez la génération Z (78% des 18/24 ans).

La montée en puissance de la fonctionnalité sans contact, lancée en 2012 pour payer de petits montants, se confirme : près de 2 Français sur 3 l'utilisent (61%). A noter : l'utilisation du sans contact par 69% des 18/24 ans atteste également de leur appétence pour les moyens de paiement rapides et dématérialisés.

Le recours aux espèces et aux chèques arrive en 2^{ème} et 3^{ème} position derrière la carte bancaire : 96% des Français ont utilisé les espèces et 79% les chèques au cours des 12 derniers mois.

En revanche, le recours au chèque connaît un succès limité auprès de la génération Z (seuls 58% des 18/24 ans utilisent ce moyen de paiement).

Les services de paiement en ligne, du type PayPal ou PayLib, renforcent leur position

Un français sur 2 (51%) a eu recours à des services de paiement en ligne ces 12 derniers mois, sans réelle distinction entre les générations.

A noter que 38% des Français souhaiteraient pouvoir payer en magasin avec un service de paiement en ligne, avec une proportion plus forte chez les 18/24 ans (44%).

Une appétence plus forte de la génération Z pour les moyens de paiement innovants, par rapport aux autres générations

La génération Z se démarque significativement de la population générale, y compris de la génération Y, en matière d'utilisation des moyens de paiement innovants. Près d'un jeune sur 5 âgé de 18/24 ans (18%) a payé avec son mobile, sans contact, au cours des 12 derniers mois (contre 10% des Français et 10% des 25/34 ans). A l'avenir, 43% des 18/24 ans aimeraient utiliser leur téléphone mobile pour régler leurs achats (contre 28% des Français) et près d'un jeune sur 3 âgé de 18 à 24 ans (30%) aimerait que son téléphone mobile soit son moyen de paiement par défaut (contre 23% des Français et 19% des 25/34 ans).

Par ailleurs, près d'un jeune sur 10 âgé de 18/24 ans (8%) a payé via les réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois (contre 3% des Français et 4% des 25/34 ans) et plus d'un jeune sur 4 âgé de 18/24 ans (27%) ans souhaiterait utiliser des objets connectés pour payer à l'avenir (contre 15% des Français).

La génération Z est attirée par la simplicité et la rapidité dans l'acte d'achat. Près de 2 jeunes sur 3 âgés de 18 à 24 ans (64%) sont intéressés par l'authentification avec leur empreinte digitale (contre 46% des Français) et près de 4 jeunes sur 10 âgés de 18 à 24 ans (39%) sont intéressés par le paiement « one clic³ » (contre 28% des Français). A noter que la sécurité est l'attente la plus importante à l'égard d'un moyen de paiement chez l'ensemble des Français.

Concernant les transferts d'argent entre particuliers, les Français privilégient le virement bancaire (56%) aux autres modes de paiement (espèces : 46% ; chèque : 34% ; service de paiement entre particuliers : 17%). Mais là encore, les jeunes issus de la génération Z se distinguent puisqu'ils privilégient le virement bancaire : 65% des 18/24 ans l'ont utilisé au cours des 12 derniers mois Cela traduit une plus grande ouverture aux transferts d'argent dématérialisés.

Enfin, concernant les monnaies virtuelles (Bitcoin, ...), on note une meilleure connaissance de la génération Z par rapport à la population générale : 53% des 18/24 ans affirment connaître au moins une monnaie virtuelle (contre 39% des Français). Toutefois, seul 1 sur 5 âgé de 18/24 ans (17%) ans serait intéressé pour payer avec à l'avenir et seuls 10% envisagent d'investir dans ce produit financier.

Un attrait pour les facilités de paiement, couplées à un moyen de paiement

Près de 4 Français sur 10 (38%) ont utilisé des facilités de paiement au cours des 12 derniers mois, essentiellement des paiements en plusieurs fois.

Une majorité de Français serait intéressée pour en bénéficier si celles-ci étaient intégrées à des moyens de paiement : à la carte bancaire (63% des Français), au virement bancaire (52% des Français, et même 75% des 18/24 ans), à un service en ligne de type PayPal (40% des Français, 57% des utilisateurs actuels de ces services en ligne).

Les formules locatives séduisent davantage la génération Z

Depuis plusieurs années, les formules locatives se sont fortement développées, principalement dans le secteur automobile : 15% des Français ont déjà utilisé la LOA/LDD pour louer un bien et 10% pour une

³ Technique créée par Amazon qui permet au visiteur d'un site de commander un produit d'un simple et unique clic. Pour pouvoir utiliser cette fonction, un internaute doit avoir son profil enregistré chez le marchand, avoir enrôlé son moyen de paiement et choisi cette option de commande par défaut.

voiture. On observe que la génération Z marque un véritable intérêt pour la LOA/LDD pour louer une voiture : 61% des 18/24 ans contre 43% des Français.

Au vu du succès de la LOA/LDD pour la voiture, l'offre commence à s'élargir à d'autres secteurs et biens de consommation : électroménager, ordinateur, smartphone, etc. Là encore, la génération Z se démarque : 45% des 18/24 ans sont intéressés pour acquérir un ordinateur en LOA/LDD (contre 25% des Français et 27% des 25/34 ans), 40% pour acquérir un smartphone (contre 22% des Français et 25% des 25/34 ans).

Ces solutions d'équipement séduisent les 18/24 ans qui y voient davantage d'intérêt pour tester de nouveaux produits, pouvoir renouveler régulièrement leur équipement et bénéficier d'assurances.

Ils sont également davantage séduits par de la location tout compris (ex : location de la machine à laver incluant la lessive) : 46% des 18/24 ans contre 33% des Français.

Méthodologie

Une étude réalisée par GfK pour Cofidis Retail par questionnaire on-line du 6 au 15 février 2018 auprès d'un échantillon national représentatif de 1000 individus âgés de 18 ans et plus, constitué avec la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, profession de l'individu, stratification par région et catégorie d'agglomération.

A propos de Cofidis France et Cofidis Retail

Avec 2 millions de clients et 350 enseignes partenaires, Cofidis est depuis plus de 30 ans l'un des principaux acteurs du crédit à la consommation en France (crédits renouvelables et prêts personnels, solutions de paiement, assurance, rachat de créances et partenariats). Acteur fortement engagé dans l'accompagnement de ses clients, Cofidis s'appuie sur un conseil personnalisé, des outils & services innovants et la pédagogie du crédit pour faire du consommateur un acteur de son budget, informé et responsable. Cofidis contribue également au dynamisme commercial des enseignes de distribution et sites e-commerce avec Cofidis Retail, qui 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, omnicanal et parfaitement intégrées dans les parcours d'achats. Pour en savoir plus : www.cofidis.fr et www.cofidis-retail.fr.

Contact presse - Agence Babel

Xavier Roc – 06 79 61 64 28 – xavier.roc@agencebabel.com

Clémentine Duguay – 06 20 40 38 41 – clementine.duguay@agencebabel.com