

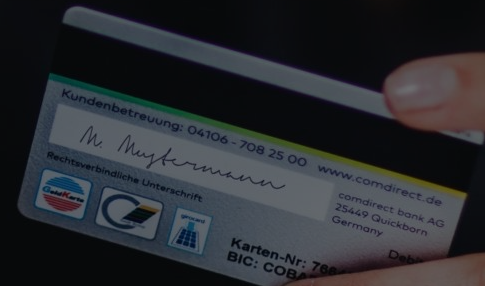


**ACI Worldwide**  
Real-Time Payments

*“opinionway*

# Les Français & le paiement

Novembre 2021



# La méthodologie



# La méthodologie

	<p>Echantillon de <b>1 121 personnes</b> représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.</p> <p>L'échantillon a été constitué selon <b>la méthode des quotas</b>, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.</p>
	<p>L'échantillon a été interrogé par <b>questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI</b> (Computer Assisted Web Interview).</p>
	<p>Les interviews ont été réalisées du <b>20 au 21 octobre 2021</b>.</p> <p><i>Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.</i></p>
	<p>OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.</p>
	<p>Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.</p>

*Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :*

**« Sondage OpinionWay-ACI Worldwide »**

*et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.*

# Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE, Bilan démographique 2015.

Sexe	%
Hommes	48%
Femmes	52%

Age	%
18-24 ans	10%
25-34 ans	16%
35-49 ans	25%
50-64 ans	25%
65 ans et plus	24%

Région	%
Ile-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%

Activité professionnelle	%
Agriculteurs	1%
<b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>	<b>26%</b>
Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
Professions libérales / Cadres	9%
Professions intermédiaires	14%
<b>Catégories populaires</b>	<b>30%</b>
Employés	17%
Ouvriers	13%
<b>Inactifs</b>	<b>43%</b>
Retraités	26%
Autres inactifs	17%

Taille d'agglomération	%
Une commune rurale	23%
De 2000 à 19 999 habitants	17%
De 20 000 à 99 999 habitants	13%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%

# Les résultats

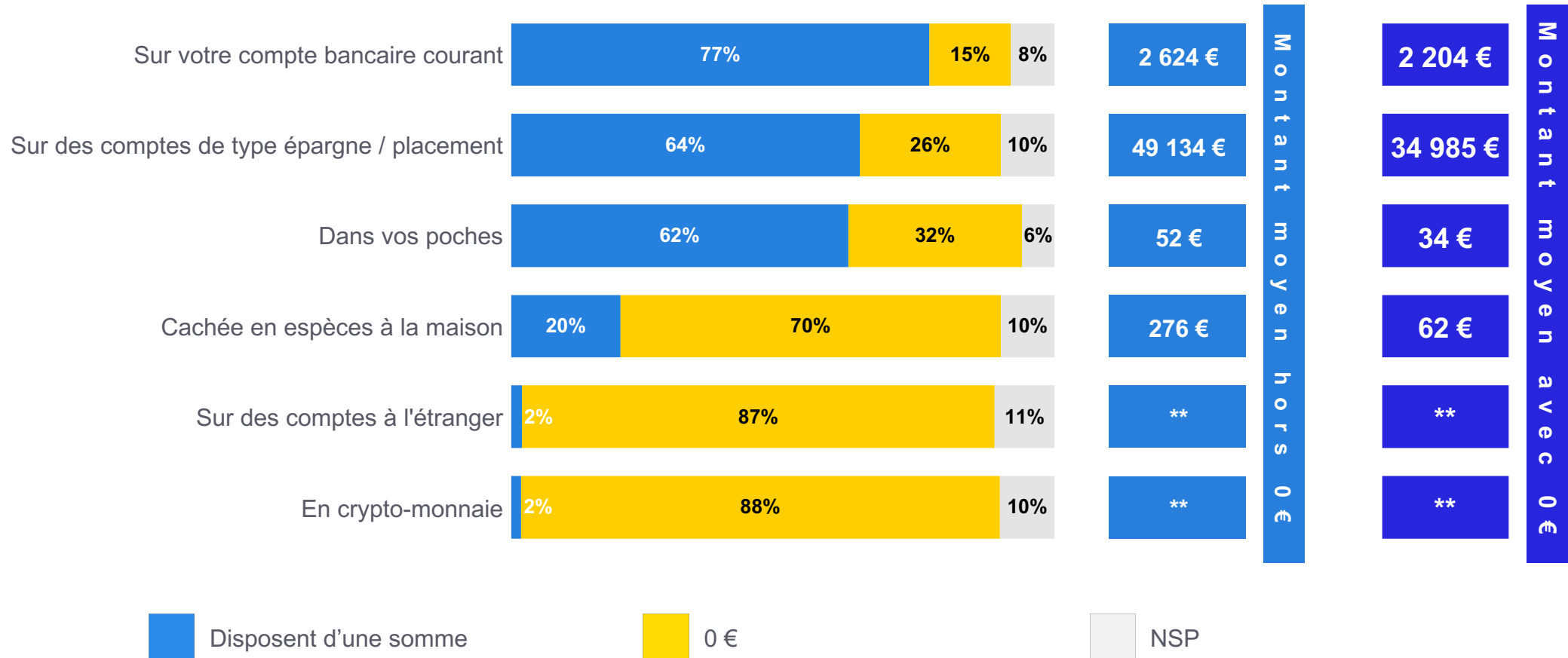


# LES FRANÇAIS FONT MASSIVEMENT CONFIANCE AUX MOYENS DE PAIEMENT TRADITIONNELS

# Les sommes d'argent dont les Français disposent

Q. Habituellement, de quelle somme d'argent disposez-vous... ?

Question ouverte numérique – Réponses spontanées

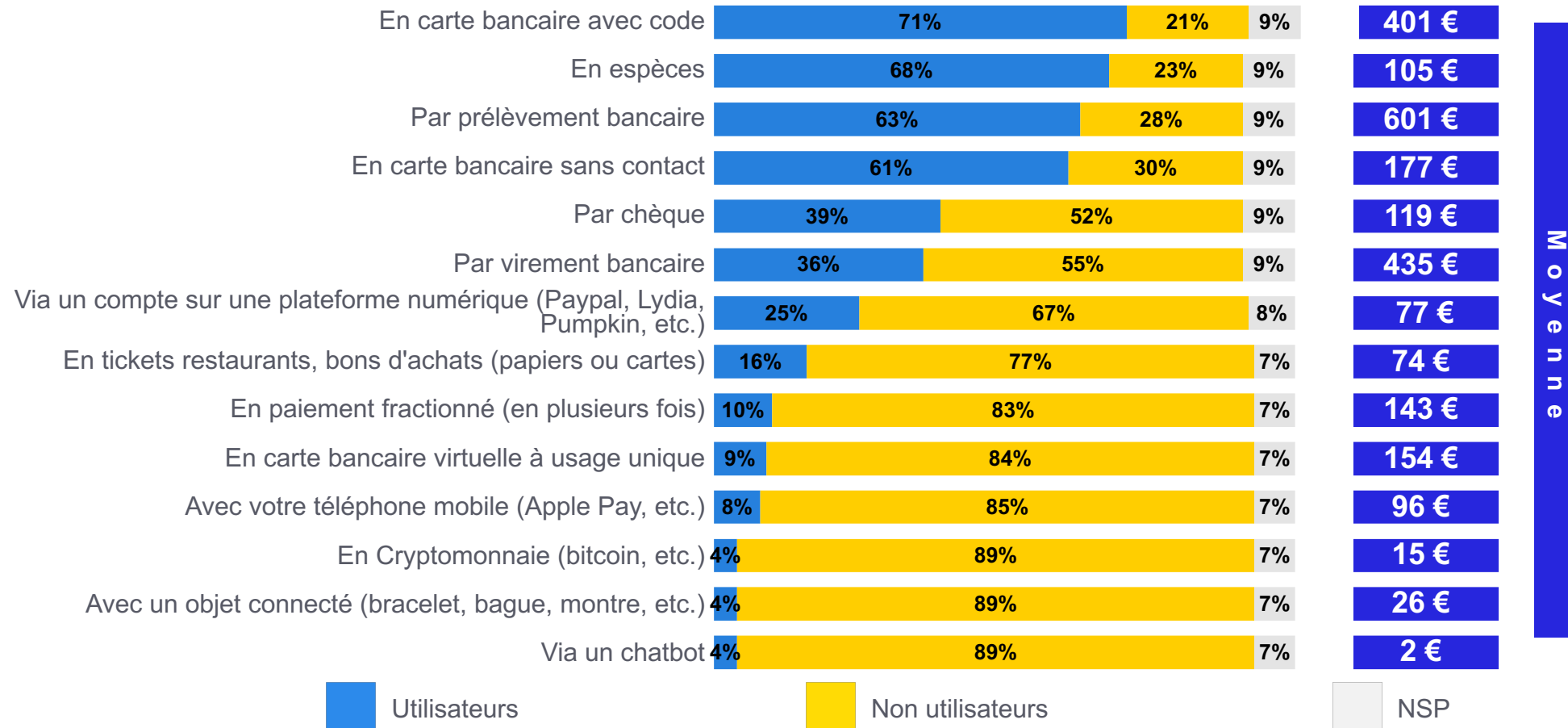


\*\* En raison d'un nombre insuffisants d'interviews, les résultats de cet item ne peuvent pas être affichés.

# Les sommes d'argent dépensées chaque mois

Q. Et habituellement, quel montant moyen dépensez-vous chaque mois en payant... ?

Question ouverte numérique – Réponses spontanées

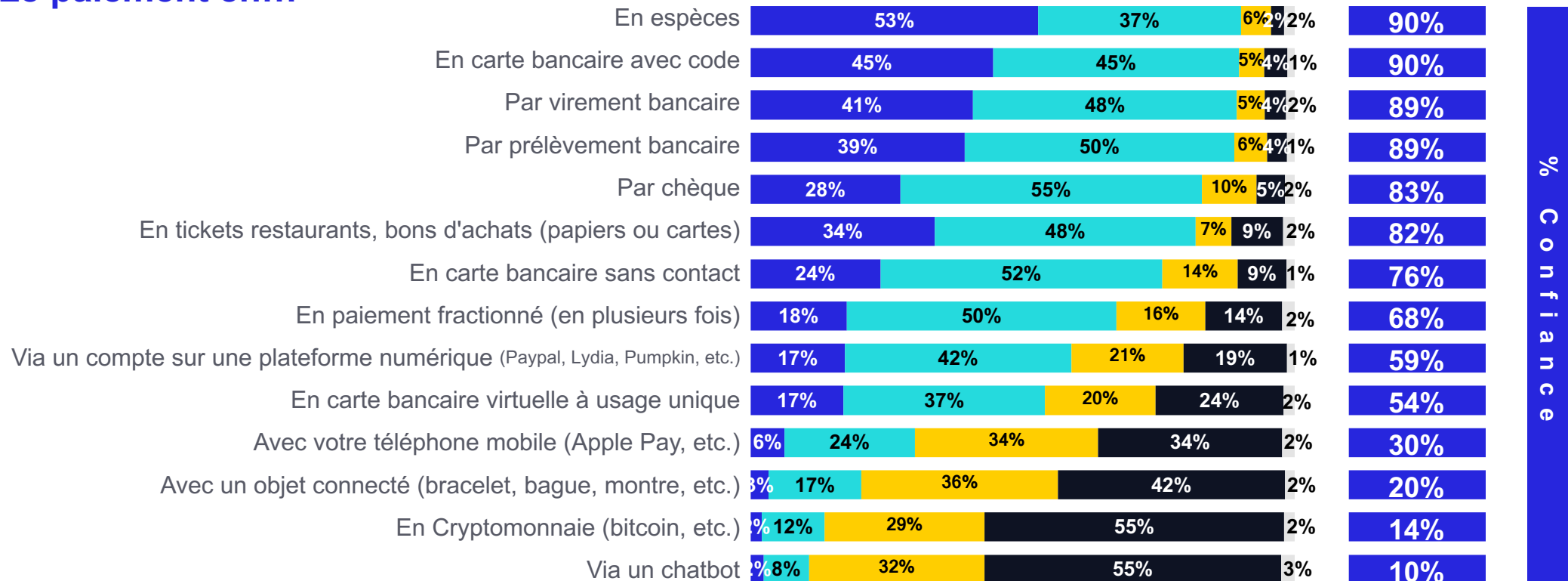




# La confiance dans les différents moyens de paiement

Q. Vous personnellement, avez-vous confiance ou pas confiance en chacun des moyens de paiement suivants ?

## Le paiement en...

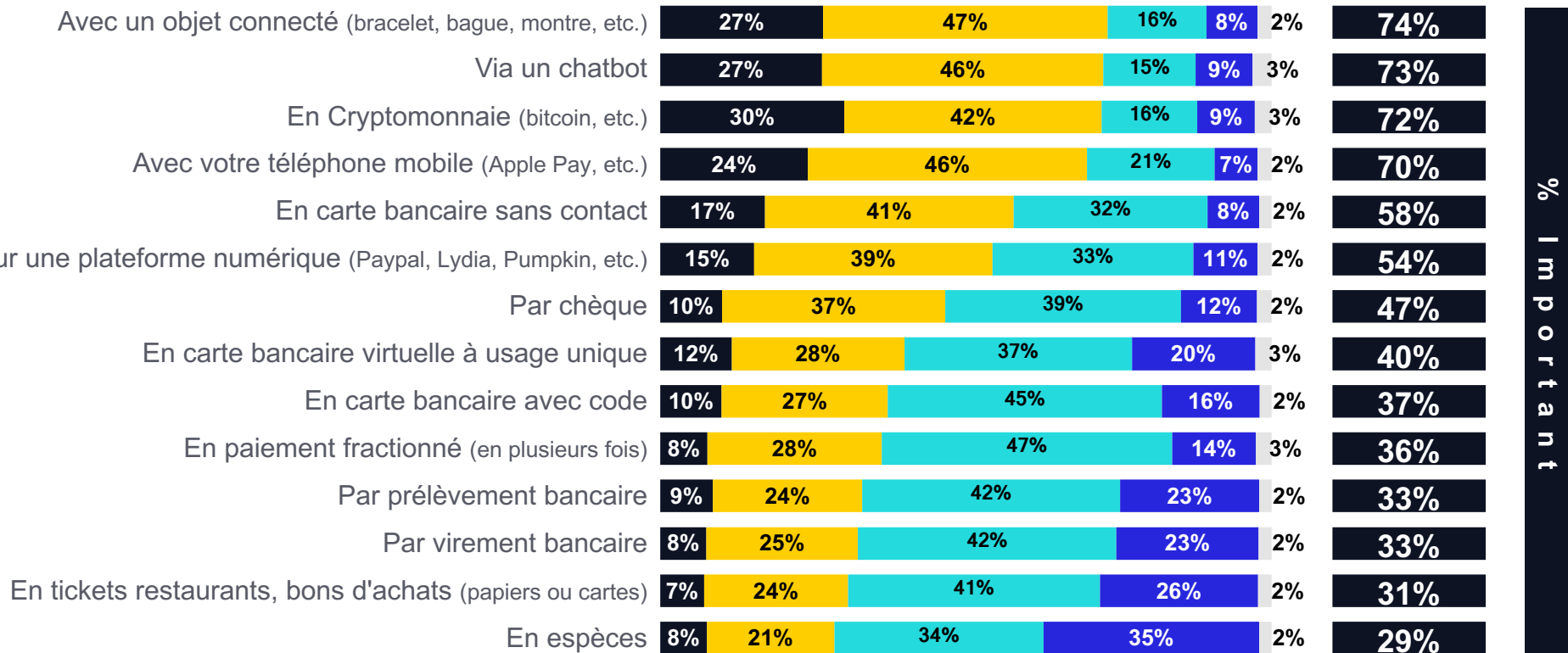


# LES FRANÇAIS CRAIGNENT LA FRAUDE ET PLEBISCITENT LES NOUVEAUX MOYENS D'AUTHENTIFICATION FORTE



# L'importance des risques de fraude en fonction des différents moyens de paiement

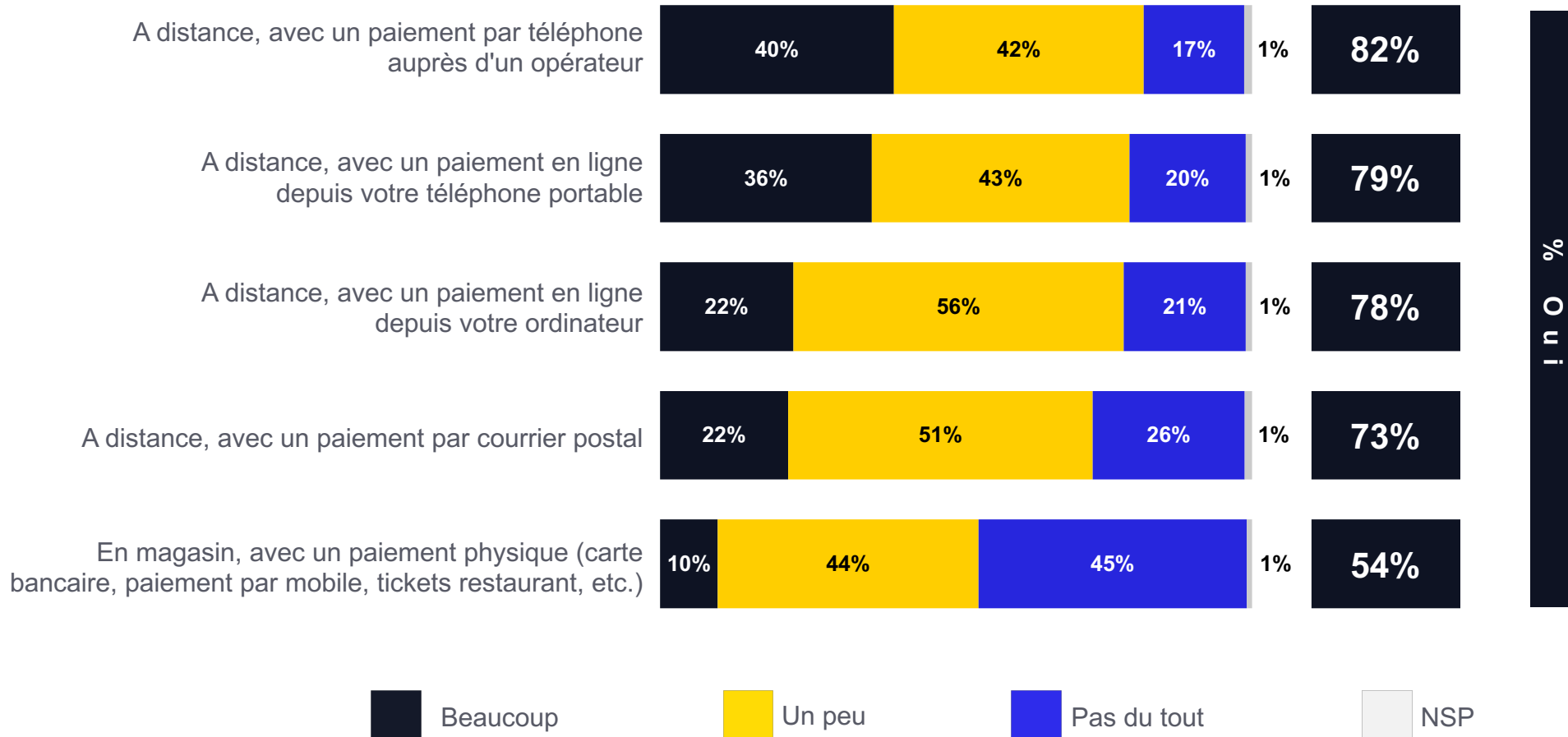
Q. Et selon vous, les risques de fraude sont-ils importants ou pas importants avec chacun de ces moyens de paiement ?



Très importants
  Plutôt importants
  Plutôt pas importants
  Pas du tout importants
  NSP

# La crainte d'être victime de fraude

Q. Craignez-vous d'être victime de fraude dans chacune des situations suivantes ?



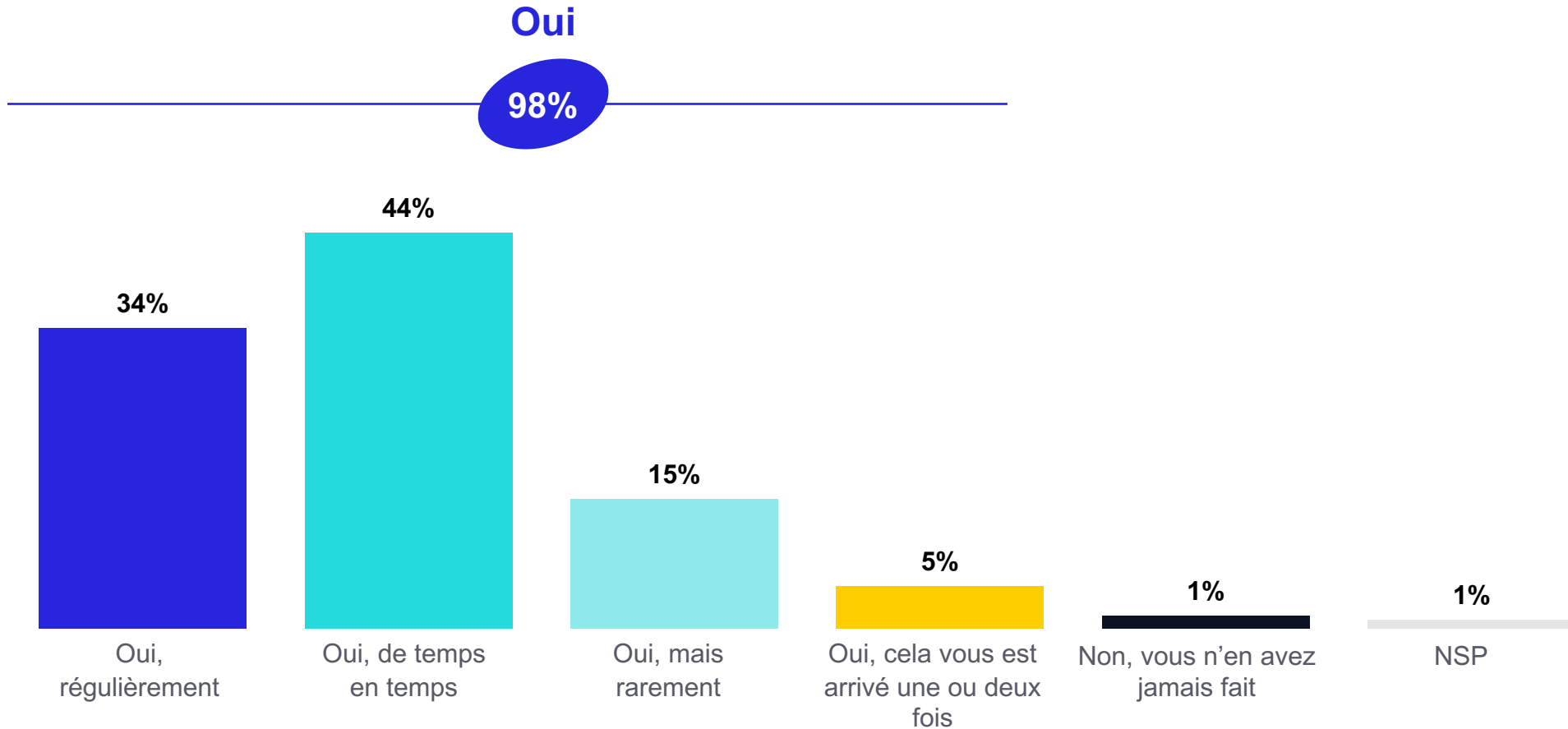
**89%**  
craignent d'être victimes de fraude dans au moins une de ces situations

**55%**  
craignent beaucoup d'être victimes de fraude dans au moins une de ces situations



# Les achats en ligne

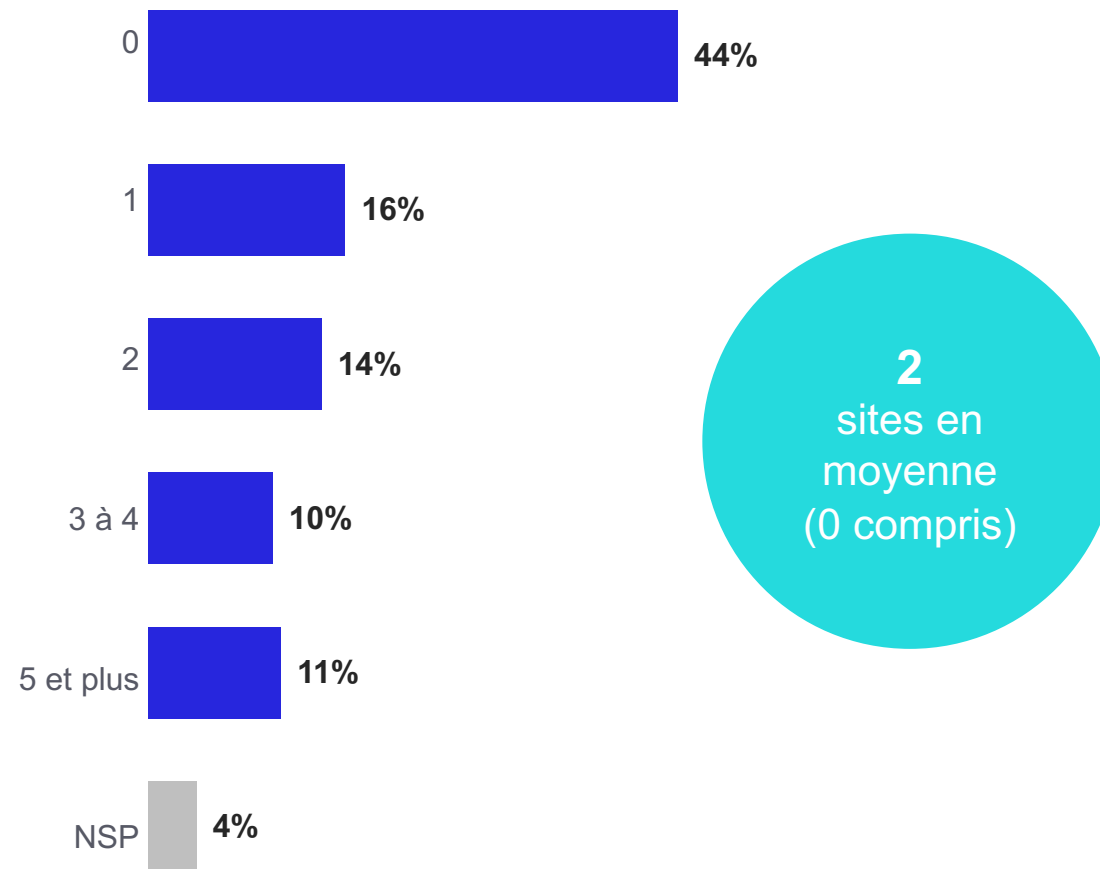
Q. Effectuez-vous des achats en ligne ?



# Les sites web avec sa carte bancaire enregistrée

Q. A combien estimez-vous le nombre de sites web sur lesquels vous avez au moins une carte bancaire enregistrée ?

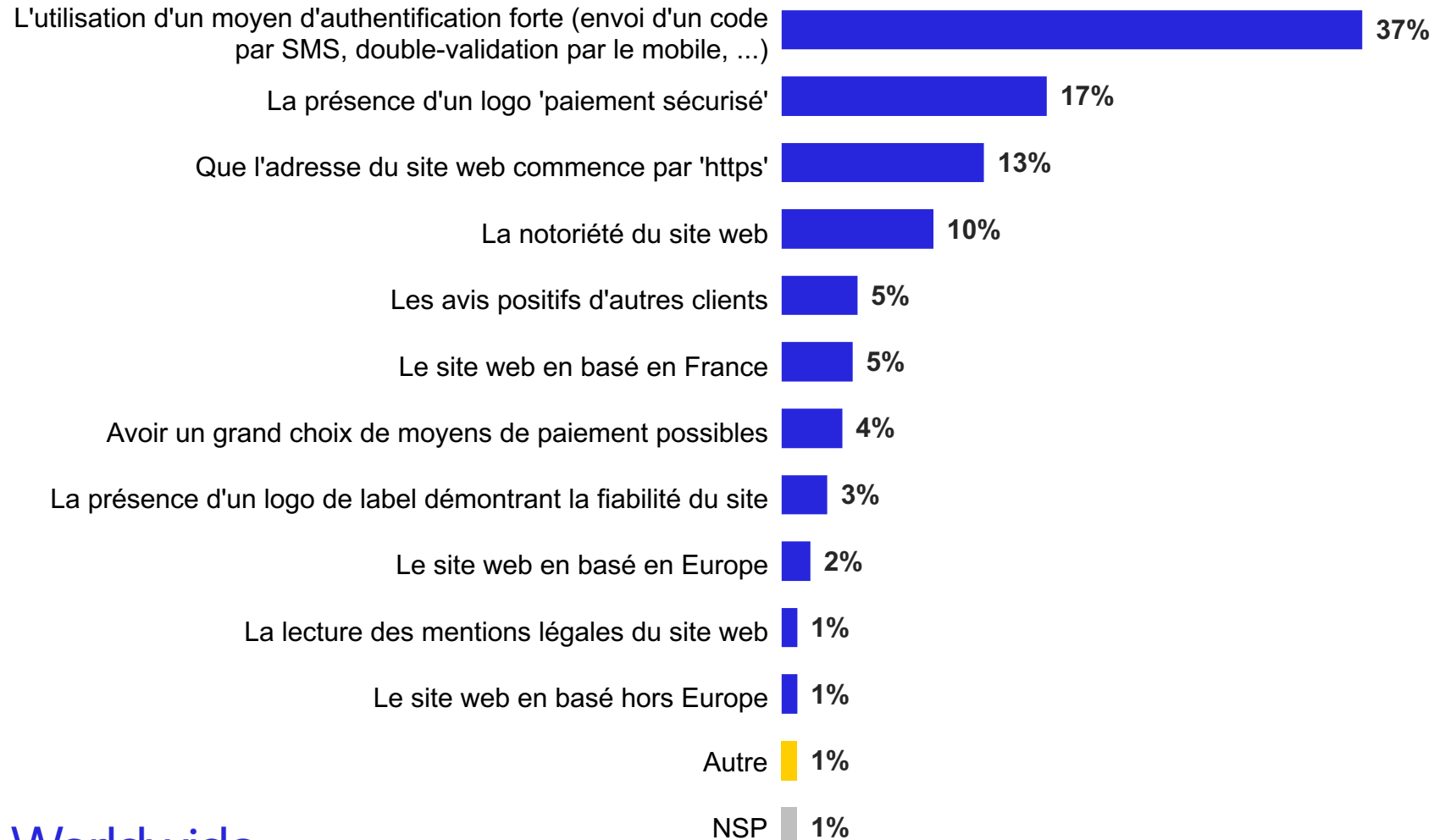
Question posée uniquement à ceux qui ont déjà fait des achats en ligne, soit 98% de l'échantillon  
Question ouverte numérique – Réponses spontanées



# Les éléments rassurants dans le cas d'un achat en ligne

Q. Qu'est-ce qui vous rassure le plus dans le cas d'un achat en ligne ?

Question posée uniquement à ceux qui ont déjà fait des achats en ligne, soit 98% de l'échantillon.



# Les critères importants lors d'un achat en ligne



Q. Lors d'un achat en ligne, quels critères comptent le plus pour vous ?

Question posée uniquement à ceux qui ont déjà fait des achats en ligne, soit 98% de l'échantillon.

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



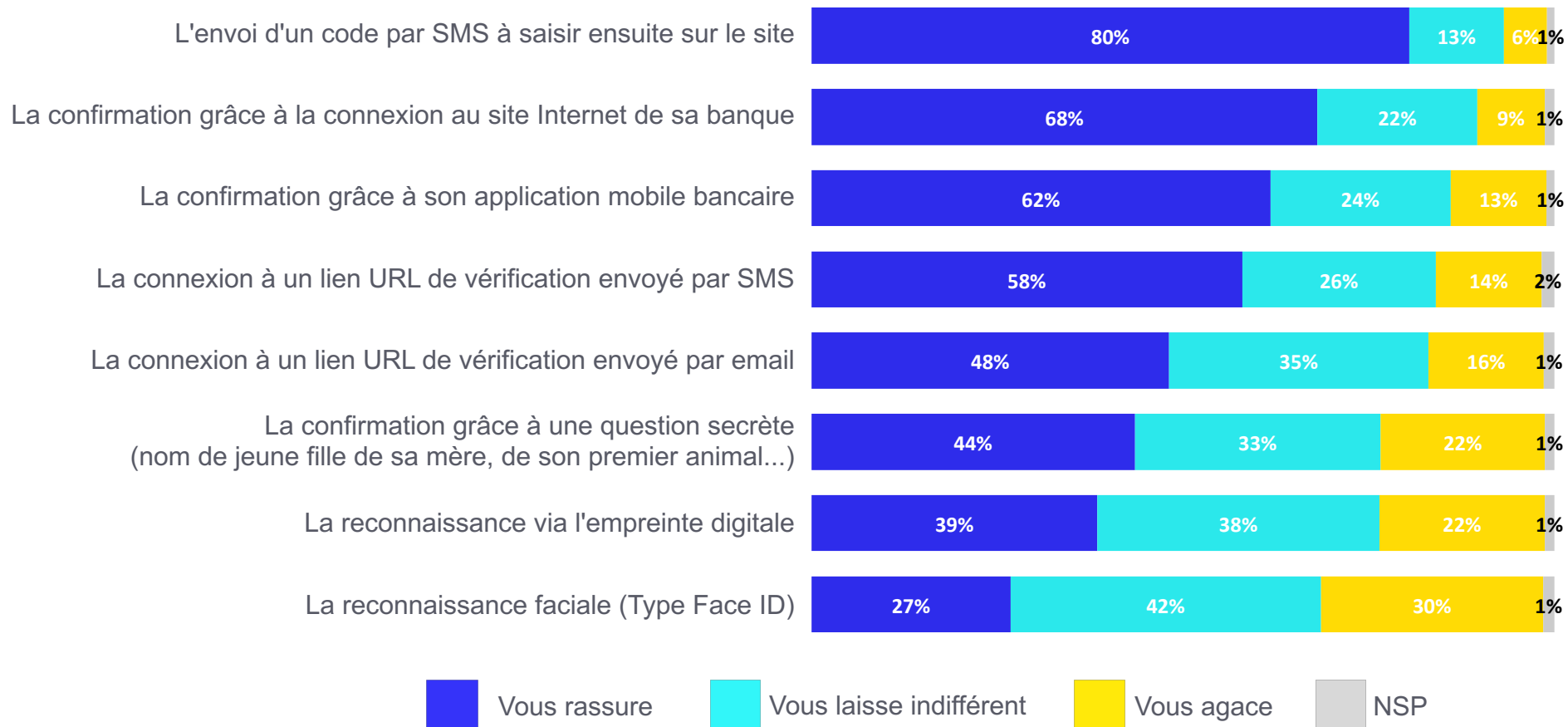


# La perception des moyens d'authentification forte



Q. Certains sites web proposent au moment du paiement en ligne des moyens d'authentification forte, c'est-à-dire des moyens permettant de renforcer la sécurisation du paiement. Diriez-vous que chacun des moyens d'authentification forte suivants vous rassure, vous laisse indifférent ou vous agace ?

Question posée uniquement à ceux qui ont déjà fait des achats en ligne, soit 98% de l'échantillon



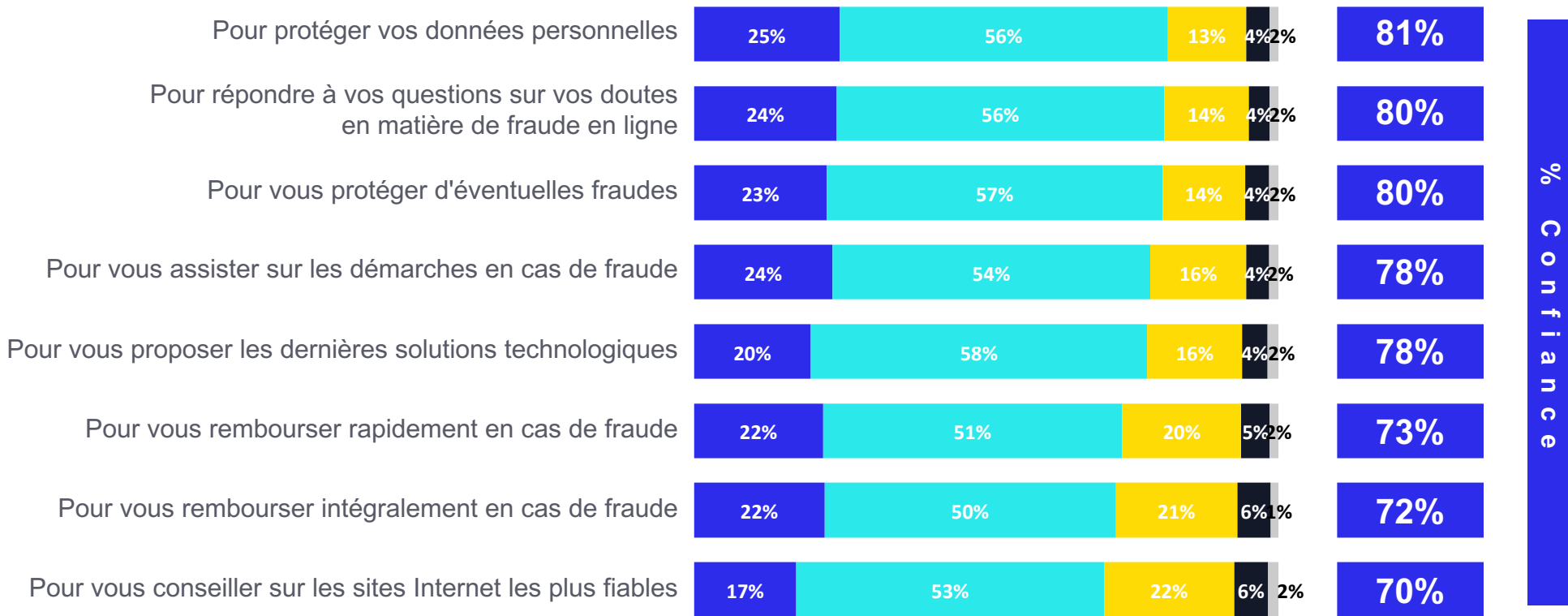
# LES BANQUES TRADITIONNELLES LOIN DEVANT LES BANQUES EN LIGNE



# La confiance dans sa banque



Q. Avez-vous confiance ou non dans votre banque... ?



**11%** ont tout à fait confiance dans leur banque pour toutes les dimensions

**39%** ont tout à fait confiance dans leur banque pour au moins une dimension

**91%** ont confiance dans leur banque pour au moins une dimension

% Confiance



# Contacts étude



**iloveretail.fr**

Mike Hadjadj  
Fondateur

94, rue Marius AUFAN  
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08

[mike@iloveretail.fr](mailto:mike@iloveretail.fr)

[www.iloveretail.fr](http://www.iloveretail.fr)

[@MikeHadjadj](https://www.instagram.com/MikeHadjadj)

**OpinionWay**

Frédéric Micheau  
Directeur des études d'opinion

15, place de la République  
75003 Paris

+33 1 81 81 83 00

[fmicheau@opinion-way.com](mailto:fmicheau@opinion-way.com)

[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)

[@FMicheau](https://www.instagram.com/FMicheau)



# ACI Worldwide

## Real-Time Payments