

Le paiement mobile peine (encore) à s'imposer en France

Téléphoner, naviguer sur le web, se déplacer grâce au GPS...les Français utilisent leur smartphone pour presque tout, sauf payer. Malgré des parts de marché grignotées chaque année, le paiement par mobile peine à s'imposer dans l'Hexagone.

Temps de lecture : minute

3 février 2020

La France affiche, en effet, un retard certain dans l'adoption du paiement par mobile comparé à l'Europe et au reste du monde. Une étude menée par Statista en mai dernier classe ainsi l'Hexagone en dernière position des 10 pays sélectionnés en 2019 avec un taux de pénétration de 2,2% contre 8,8% pour l'Espagne et le Royaume-Uni. Le secteur est largement dominé par la Chine qui compte 583 millions d'utilisateurs et 35,2% d'usagers au sein de sa population.

Malgré les faibles chiffres affichés par la France, le marché du paiement par mobile y connaît un regain d'intérêt depuis quelques mois.

La startup Paylib, qui permet de régler ses achats en ligne, en magasin ou de rembourser ses amis grâce à son mobile, annonce une croissance mensuelle de 15% depuis juin 2019. Après un démarrage un peu lent, l'entreprise a rattrapé son retard. Lancée en 2013, elle comptait 1,4 million d'utilisateurs à l'été 2018 contre 2,3 millions en septembre dernier. Et elle n'est pas la seule pépite à tirer son épingle du jeu. La startup Lydia, qui propose les mêmes services, séduit surtout les étudiants et les moins de 30 ans (85% de son panel) grâce à son offre de paiement entre amis.

D'après le livre blanc d'Applause, entreprise spécialisée dans le test de logiciels et le retour utilisateurs, c'est surtout l'usage du smartphone en magasin qui se démocratise le plus lentement. Selon le conseil de direction du groupement Cartes Bancaires, les transactions par mobile ne représentaient même pas 0,1% des transactions par carte bancaire en 2017.

Deux principaux freins expliquent ce phénomène : la peur et la culture.

Le smartphone, un outil peu sécurisé dans l'esprit des Français

Les Français craignent pour la sécurité de leurs informations bancaires, notamment en cas de vol de leur smartphone.

En réalité, le smartphone est un mode de paiement particulièrement sécurisé car il nécessite souvent d'entrer des données biométriques (empreinte digitale ou reconnaissance faciale) ou de répondre à une question personnelle pour s'identifier. Autant d'éléments qui constituent un gage de sécurité supplémentaire par rapport à la carte bleue utilisable sur internet sans vérification particulière.

D'ailleurs, l'observatoire des moyens de paiement estime le taux de fraudes par carte bancaire à 0,062% contre 0,003% seulement pour le paiement par mobile, preuve de la faible vulnérabilité de ce dernier.

À son arrivée dans l'Hexagone en 1967, la carte bancaire a connu la même méfiance de la part des Français. C'est avec le temps que ce moyen de paiement s'est lentement introduit dans leurs habitudes pour devenir, en 2003*, le moyen de paiement préféré des Français. Cette relation, entamée il y a plus de 50 ans, sera compliquée à défaire.

La carte bleue conserve sa place d'honneur

Boudée à son lancement, la carte bancaire a finalement su s'imposer comme le mode de paiement préféré depuis 20 ans et évoluer pour répondre aux besoins de ses utilisateurs. Après le sans contact, en pleine croissance, l'ajout d'une couche de protection biométrique est à l'étude. Outil marketing, la carte bancaire constitue une véritable spécificité culturelle. En Chine ou en Afrique, par exemple, les citoyens sont directement passés du cash à leur smartphone pour payer leurs achats, sans intermédiaire.

D'ici 2022, le paiement par mobile pèsera 270 milliards d'euros contre 101 milliards en 2017. Pour se développer en France, un travail d'évangélisation reste à faire. Applause estime dans son livre blanc qu'il faut rassurer les Français en misant, par exemple, sur des startups françaises, symboles de confiance dans leur esprit.

Pour en savoir plus sur le paiement par mobile et comment convaincre les Français, vous pouvez consulter le livre blanc proposé par Applause [ICI](#) !

Maddyness, partenaire média d'Applause

Article écrit par Maddyness, avec Applause