



Baromètre OpinionWay pour Lyf :

« Les Français et les services de paiement mobile »

Paris, le 4 avril 2023 - Lyf, la Fintech française qui simplifie les paiements et les parcours d'achat du quotidien, dévoile aujourd'hui les résultats de son troisième baromètre OpinionWay sur "Les Français et les services de paiement mobile". Si l'année 2022 a été marquée par une augmentation significative de l'usage des services de paiement digitaux, l'année 2023 témoigne quant à elle d'une stabilisation. Dans un contexte de digitalisation des services, zoom sur le rapport des Français aux solutions de paiement mobile cette année.

Des services de paiement mobile entrés dans les mœurs

Les services de paiement mobile semblent désormais adoptés par une majorité de Français, et l'année 2023 marque la stabilisation de leur utilisation. Trois usages tirent cependant leur épingle du jeu : **les cartes de fidélité dématérialisées, les wallets de paiement et les e-bons de réduction**, qui ont conquis les usagers français cette dernière année.

Ce sont les **cartes de fidélité dématérialisées** qui connaissent la hausse la plus forte cette année, avec 6 points gagnés depuis 2022 (et +11% vs 2021), pour atteindre 67% d'utilisation chez les sondés. Un quart des Français déclare même les utiliser de façon systématique. Pour ce qui est des usages futurs, 73% des personnes interrogées déclarent avoir l'intention d'utiliser cette solution à l'avenir : c'est 7 points de plus qu'en 2022, et 13 points supplémentaires par rapport à 2021.

Les **e-bons d'achat et les e-bons cadeaux** figurent également en bonne place dans le classement des services digitaux adoptés par les Français, puisqu'ils sont désormais utilisés par respectivement 43% et 49% de la population interrogée.

Enfin, l'usage du **wallet digital** progresse également cette année (+ 3 points par rapport à 2022) : un tiers des sondés déclarent désormais l'utiliser. A l'avenir, 43% des Français interrogés déclarent avoir l'intention d'utiliser un wallet, (+3 points rapport à 2022).

Cette tendance haussière dans les intentions d'usage de ces trois services s'observe auprès des utilisateurs actuels, mais également des non-utilisateurs, dont l'intention d'usage des cartes de fidélité et des wallets progresse aussi cette année : ils sont respectivement 49% et 39% à envisager de les utiliser en 2023, soit 4 points de plus qu'en 2022 pour les deux items. Concernant les e-bons d'achat, plus d'un sondés sur deux (51%) n'utilisant pas encore le service envisage d'y recourir à l'avenir.

Le profil type des utilisateurs de services de paiement mobile : les jeunes et

Les usages des différentes solutions restent, sans surprise, plus répandus chez les plus jeunes.

Les 25-34 ans arrivent en tête de l'utilisation des cartes de fidélité dématérialisées (75%), ce sont également ceux qui cumulent le plus fort taux d'utilisation des wallets et des e-bons d'achat (respectivement 44% et 53%). En somme, les jeunes mènent la transformation des usages, grâce à leur familiarité avec un environnement digital dont ils maîtrisent les outils avec agilité et confiance. Les seniors, à l'inverse, semblent plus frileux à partager leurs données et donc à utiliser des outils de paiement mobile.

Outre les écarts d'âge, la **catégorie socioprofessionnelle** est aussi un facteur différenciant puisque les CSP+ sont **les plus utilisatrices des solutions de paiement mobile**. Si 67% des sondés utilisent les cartes de fidélité dématérialisées, ils sont 74% parmi les CSP+. Ces dernières cumulent en outre 40% des taux d'usages de wallets (+8pts vs l'ensemble de l'échantillon), et 50% de l'usage des e-bons d'achat (+7pts vs ensemble de l'échantillon).

Christophe Dolique, CEO de Lyf : *“L'utilisation des wallets, des cartes de fidélité dématérialisées, et des bons de réduction numériques s'est démocratisée durablement. Ces outils, qui permettent à des millions d'utilisateurs de gagner du temps et de simplifier leurs achats en magasin deviennent la nouvelle norme. L'arrivée des tickets de caisse dématérialisés, prévue pour cet été, devrait encore accélérer cette adoption massive.”*

Clotilde Combe, Directrice adjointe du Département Opinion, Politique et Corporate d'OpinionWay : *« Depuis 2021, la notoriété et les usages des solutions de paiement mobile ont progressé de manière significative auprès de la population. Après la forte croissance observée en 2022, le début de l'année 2023 témoigne d'une stabilisation. Les déclarations d'intention d'usage indiquent qu'une part des non-utilisateurs actuels envisagent d'y recourir à l'avenir. Reste à savoir dans quel délai ce passage à l'action deviendra effectif »*

Méthodologie du sondage

Sondage OpinionWay pour Lyf, fintech française spécialisée dans les paiements mobiles, réalisé par questionnaire en ligne du 1er au 10 février 2023 auprès d'un échantillon de 2052 personnes représentatif de la population française âgée de 16 ans à 65 ans.

A propos de Lyf

[Lyf](#) est une Fintech française qui simplifie le paiement et réinvente les parcours d'achat du quotidien. Sa super app Lyf Pay offre des solutions de paiement mobile simples, avant-gardistes et sécurisées à plus de 3 millions de particuliers. Lyf accompagne les grandes enseignes et les professionnels indépendants dans la digitalisation de leur relation client, la fluidification et la diversification de leurs parcours d'achat. Lyf est soutenue dans sa croissance par des actionnaires leaders de la banque, du paiement et de la grande distribution : BNP Paribas, Crédit Mutuel, Auchan, le groupe Casino, Mastercard et Oney.