

FREEDOMPAY

Les pannes de paiement coûtent 1,9 milliard d'euros par an au retail et à l'hôtellerie français, révèle un rapport FreedomPay

PARIS, 17 sept. 2025 (GLOBE NEWSWIRE) --

- **72 minutes** est la durée moyenne d'une panne d'un système de paiement en France **vs 6 minutes**, le temps d'attente acceptable pour les clients.
- **69 %** des responsables du retail et de l'hôtellerie signalent des abus verbaux ou des comportements menaçants de la part des clients lors des pannes.
- **43 %** des entreprises françaises ne disposent pas d'une solution de sauvegarde numérique fiable au-delà de l'argent liquide.

[FreedomPay](#), l'une des entreprises technologiques de paiement à la croissance la plus rapide, dévoile son nouveau rapport, "[La résilience des paiements dans un monde incertain](#)". Menée en partenariat avec Retail Economics, cette étude complète révèle l'impact financier et humain stupéfiant des pannes de systèmes de paiement sur les secteurs français du retail et de l'hôtellerie.

Basée sur des enquêtes menées auprès de 2 000 adultes français et de 250 responsables du retail et de l'hôtellerie, le rapport expose une dure réalité : alors que les consommateurs s'attendent à des transactions fluides, la durée moyenne d'une panne d'un système de paiement est nettement plus longue que ce que la plupart sont prêts à tolérer.

« Nos conclusions en France font écho au besoin critique de résilience des paiements que nous avons observé à l'échelle mondiale, mais avec des nuances locales uniques », déclare Chris Kronenthal, Président de FreedomPay. « Ce rapport souligne que la résilience des paiements n'est plus seulement une préoccupation informatique ; c'est un impératif commercial fondamental qui a un impact sur les revenus, la réputation et même le bien-être du personnel. Les entreprises françaises doivent prioriser les systèmes intégrés et intelligents pour répondre aux demandes changeantes des consommateurs et protéger leurs opérations. »

« Les entreprises françaises perdent des millions en quelques minutes lorsque les paiements échouent », explique Stephane Dulor, Vice-Président France et Afrique de Dynatrace. « Les clients peuvent attendre six minutes, mais les pannes durent souvent plus d'une heure, bien au-delà du point où la confiance est perdue. Cette étude montre que la résilience ne consiste plus à se remettre d'une situation après coup. Il s'agit d'anticiper les perturbations et de s'assurer que des systèmes intelligents peuvent les détecter, les analyser et y répondre instantanément afin de maintenir le flux des

transactions. Les entreprises qui maîtrisent cela protégeront non seulement leurs revenus, mais gagneront également la confiance durable de leurs clients. »

Le coût croissant des perturbations de paiement

Le rapport quantifie le coût financier important causé par les défaillances des systèmes de paiement, mettant en péril environ **1,9 milliard d'euros de ventes annuelles** dans le retail et l'hôtellerie français. Le secteur du retail représente à lui seul une part substantielle de ces pertes, soit **1,4 milliard d'euros**.

Il ne s'agit pas d'incidents isolés, mais de défis opérationnels récurrents qui perturbent le service, érodent la confiance des clients et ont un impact direct sur les revenus. L'impact financier s'accumule rapidement : alors que la plupart des clients toléreront une perturbation **jusqu'à 6 minutes – 15 minutes** étant le maximum absolu avant d'abandonner un achat — la durée moyenne d'une panne de système de paiement en France s'étend à **72 minutes**.

Les entreprises du retail et de l'hôtellerie sont confrontées en moyenne à **cinq pannes majeures par an**. L'atténuation de ces risques dépend du renforcement des domaines critiques :

- **Infrastructure réseau** (les pannes internet représentent 593 millions d'euros de revenus à risque),
- **Fiabilité des terminaux de paiement** (les défaillances dans ce domaine représentent 324 millions d'euros de pertes d'opportunités de vente), et
- **Alimentation de secours** (les pannes liées à l'alimentation mettent 298 millions d'euros en péril chaque année).

Ce décalage entraîne des pertes de ventes importantes : **plus de la moitié des pertes potentielles se produisant dans les 14 premières minutes de perturbation**, et près de **80 % dans les 23 minutes**, bien avant que la plupart des systèmes ne soient généralement restaurés. Le rapport souligne que la récupération des systèmes de paiement en **seulement 6 minutes** peut prévenir **plus de 90 % des pertes potentielles**.

Risques réputationnels et coût humain : l'impact caché des pannes

Au-delà des pertes financières, les défaillances de paiement entraînent de graves risques pour la réputation et un coût humain croissant. Le rapport révèle que **62 % des entreprises françaises citent les dommages à la réputation et à la confiance** comme leur principale préoccupation lors d'une panne. Cette préoccupation est justifiée : **55 % des moins de 35 ans** tiennent les entreprises directement responsables lorsque les systèmes tombent en panne, et sont plus susceptibles de partager des expériences négatives en ligne.

L'impact humain sur le personnel de première ligne est tout aussi alarmant : **69 % des responsables du retail et de l'hôtellerie** ont été victimes d'abus verbaux ou de comportements menaçants de la part des clients lors de perturbations de paiement, et **1 sur 10 a même été témoin d'agressions physiques**. Cela met en évidence un aspect critique et souvent négligé de la résilience des paiements.

L'argent liquide n'est plus une solution de repli fiable pour la plupart des consommateurs français. **Moins d'un sur trois** transporte régulièrement de l'argent liquide, et les **40 € typiques qu'ils détiennent sont inférieurs aux 55 € dépensés en moyenne**, ce qui les rend vulnérables et exacerbe la frustration lors des pannes.

L'impératif d'une résilience et de solutions améliorées

Malgré les risques clairs et croissants, un écart important en matière de préparation demeure. Le rapport révèle que **43 % des entreprises françaises ne disposent toujours pas de solutions de sauvegarde numérique fiables** au-delà de l'argent liquide, indiquant une vulnérabilité et un besoin urgent de stratégies de repli robustes en France.

Les conclusions de ce rapport soulignent le besoin urgent de solutions de paiement robustes et intégrées qui peuvent assurer la continuité et protéger les entreprises des impacts multiples des défaillances du système. Pour relever ces défis critiques, la plateforme **Next Level Commerce™ de FreedomPay** fournit une infrastructure complète et hautement résiliente.

Conçue pour maintenir la disponibilité et assurer le bon déroulement des transactions même pendant les périodes de pointe ou les perturbations inattendues, ses capacités avancées offrent un traitement rapide, une gestion sécurisée des données et des options de basculement intelligentes. Cette approche contrecarre directement les problèmes de transactions lentes, de pertes de ventes et de frustration des clients. En tirant parti de telles solutions, les entreprises peuvent non seulement protéger leurs revenus et leur réputation, mais aussi assurer une expérience plus fluide et plus fiable pour les clients et le personnel de première ligne, transformant la résilience des paiements d'une vulnérabilité en un avantage concurrentiel distinct.

[Téléchargez le rapport](#)

Methodologie

Le rapport "La résilience des paiements dans un monde incertain : France" combine des données d'enquête propriétaires avec une modélisation économique et une analyse des schémas de pannes pour quantifier l'impact financier des perturbations de paiement dans les secteurs français du retail, de l'hôtellerie et des loisirs. La recherche s'appuie sur deux enquêtes représentatives au niveau national menées en juillet 2025 : une enquête auprès des consommateurs auprès de 2 000 adultes français, et une enquête

auprès des entreprises auprès de 250 gérants de magasins et d'établissements de retail et d'hôtellerie. Ces résultats ont été combinés avec des données sectorielles de l'INSEE, d'Eurostat et des registres historiques de pannes de courant d'EDF, afin d'estimer les ventes à risque.

A propos de FreedomPay

FreedomPay est le leader mondial du Next Level Commerce™, qui transforme la manière dont les entreprises gèrent les paiements et les expériences à travers le monde. Plus qu'une simple solution de paiement, FreedomPay est une passerelle de paiement indépendante de classe mondiale conçue pour simplifier la complexité, briser les barrières des systèmes hérités et révolutionner chaque point d'interaction, que ce soit en magasin, en ligne ou sur mobile. Choisi par les plus grandes marques retail, de l'hôtellerie, des sports et des loisirs, de la restauration, de la santé et de l'enseignement supérieur, FreedomPay offre une technologie puissante, une large intégration et une expertise approfondie dans le domaine de l'innovation en matière de paiements internationaux.

En tant que l'une des premières solutions en Amérique du Nord validées par le PCI Security Standards Council pour le P2PE, FreedomPay établit la norme d'excellence en matière de sécurité, de confiance et de performance des paiements. Grâce à une pile technologique unifiée, des API ultra-rapides et des solutions intégrées pour tous les types de paiements, FreedomPay offre aux entreprises une tranquillité d'esprit totale et la liberté de choisir n'importe quel fournisseur de matériel. Agissez plus rapidement, plus intelligemment et devancez les marchés au lieu de les suivre. www.freedompay.com

A propos de Retail Economics

Retail Economics est un cabinet indépendant de conseil en recherche économique spécialisé dans le secteur de la consommation et de la distribution. Il analyse le paysage économique complexe de la distribution et en tire des conclusions exploitables pour nos clients. En s'appuyant sur ses propres données exclusives sur la distribution et en appliquant une analyse économique rigoureuse, il transforme l'information en mesures concrètes. Ses services fournissent des recherches et des analyses impartiales sur les principaux facteurs économiques et sociaux qui influencent le secteur du retail, aidant ainsi à la prise de décisions commerciales cruciales et offrant un avantage concurrentiel grâce à des informations plus approfondies.

A propos de Dynatrace

Dynatrace améliore l'observabilité des entreprises numériques d'aujourd'hui, contribuant ainsi à transformer la complexité des écosystèmes numériques modernes en atouts commerciaux puissants. En exploitant les informations issues de l'IA, Dynatrace permet aux organisations d'analyser, d'automatiser et d'innover plus

rapidement pour dynamiser leur activité. Pour en savoir plus sur la manière dont Dynatrace peut aider votre entreprise, rendez-vous sur www.dynatrace.com, consultez notre blog et suivez-nous sur LinkedIn et @dynatrace.

: