

Un monde en transition Les tendances à surveiller en 2023

Paris – 4 janvier 2023 – 2022 a été, à bien des égards, une année de transition. Une grande partie du monde est heureusement passée, lentement mais sûrement, de mois de restrictions à une nouvelle normalité. Nous nous sommes ainsi adaptés, d'un travail entièrement à distance à de nouveaux modèles hybrides, et d'une reprise économique florissante à une grande incertitude économique à court terme. Pendant ce temps, la transition mondiale des paiements en espèces vers les paiements électroniques s'est poursuivie. Alors que l'année 2023 débute, nous pouvons dès à présent relever certaines tendances incontournables. Sans oublier que nous sommes désormais plus proches de célébrer les Jeux olympiques et paralympiques à Paris.

1. Les voyages font leur retour, ainsi que les dépenses qui vont avec

Un net rebond des voyages a pu être enregistré en 2022, la France restant l'une des destinations les plus populaires à travers le monde, alors que huit touristes sur dix ont déjà visité le pays. Paris reste en particulier une « destination incontournable », 73 % des touristes souhaitant visiter la capitale française. Une étude récente de GfK pour Visa a par ailleurs révélé que 95 % des touristes s'attendent à pouvoir payer par carte (et 60 % à le faire avec leur smartphone) lorsqu'ils visitent la France, ce qui met en lumière la nécessité d'accepter des paiements électroniques dans les magasins. En effet, 72% des touristes étrangers ont l'intention de faire du shopping en France : si les grands magasins arrivent en tête (65%), les petites boutiques et les commerces artisanaux locaux arrivent juste après dans les intentions d'achat (62% et 56%).

2. Des consommateurs plus déterminés et plus conscients lorsqu'ils adoptent des comportements durables

Alors que davantage de personnes quitteront leur domicile pour le travail, les loisirs et tout ce qu'il y a dans l'intervalle au cours de l'année à venir, les consommateurs se focalisent sur la durabilité et le changement climatique dans leurs comportements et leurs habitudes de consommation. La majorité des voyageurs se préoccupent ainsi de l'environnement... mais pas autant en voyage que chez eux, selon l'étude GfK pour Visa*. Les Allemands sont les plus performants à cet égard, avec 67% de personnes « très intéressées par l'environnement », au point de changer leurs habitudes. Cependant, si 76 % des touristes déclarent « recycler à la maison », ils ne sont que 61 % à le faire en voyage.

En 2023, nous nous attendons à ce que davantage de consommateurs joignent le geste à la parole à mesure que plusieurs options deviennent disponibles. La commodité jouera un rôle clé pour aider les consommateurs à choisir de manière durable dans leur vie quotidienne. Par exemple, la possibilité de payer les transports en commun à l'aide d'une carte de crédit, de débit ou prépayée sans contact, ou d'un dispositif de paiement, signifie que les gens n'ont plus besoin d'immobiliser des fonds sur une carte de transport dédiée, un billet papier, ou de chercher de l'argent liquide, lorsqu'ils choisissent de ne pas prendre leur voiture. **La deuxième enquête de Visa sur l'avenir de la mobilité urbaine** a ainsi révélé que 86 % des personnes interrogées en France ont déclaré que la durabilité avait joué un rôle dans leur décision d'utiliser les transports en commun – moins de 14 % ont répondu qu'elle n'avait pas du tout influencé leur décision.

3. Le B2B devient 3.0

En 2023 et au-delà, nous observerons une version 3.0 des paiements entre entreprises, où la nouvelle frontière du commerce interentreprises mondial sera entièrement numérique, sécurisée, rapide, flexible et transparente.

La numérisation des processus commerciaux continuera d'accélérer les transactions interentreprises et les offres de paiement intégrées au-delà des chèques et des factures papier. Les équipes chargées des comptes clients constatent déjà les avantages de l'envoi de factures électroniques et de la réception de paiements électroniques. De plus en plus d'administrations progressent dans la numérisation des paiements, qu'il s'agisse de versements aux citoyens ou de versements aux agences en tant que clients. Les banques, les processeurs et les réseaux continuent de progresser dans les cas d'utilisation potentielle des cartes virtuelles. Cette dynamique d'innovation se poursuivra à mesure que l'écosystème fournira davantage de caractéristiques et de fonctionnalités pour rationaliser les paiements et les opérations des entreprises.

4. L'hiver des cryptomonnaies n'arrête pas l'innovation

Les marchés cryptos ont connu leur juste part de volatilité au cours de l'année écoulée. Bien que l'avenir demeure incertain, pendant l'hiver crypto actuel, nous nous attendons à ce qu'un certain nombre de solutions peu durables soient abandonnées, alors que d'autres qui se concentrent sur une approche mesurée et conforme aux récents développements technologiques continueront à construire des solutions Web3 significatives pour les entreprises et les consommateurs. Dans le sillage des récentes défaillances en liquidité, nous espérons que les plateformes de cryptomonnaies à travers le monde s'efforceront de mettre en place des protections efficaces et de fournir de bonnes informations pour les clients.

Dans l'immédiat, nous envisageons un effort continu de la part des gouvernements, des banques centrales, des institutions financières traditionnelles et des fintechs concernant la monnaie et les paiements électroniques – qu'il s'agisse des CBDC, des stablecoins ou d'autres formes de monnaie fiduciaire tokenisée. Les cas d'utilisation de paiements Web3 significatifs qui se profilent à l'horizon comprennent les paies et les micropaiements en continu et les décaissements transfrontaliers.

5. La fraude s'adapte à un monde « hybride »

Alors que de plus en plus de personnes dans le monde adoptent un style de vie « hybride », les fraudeurs suivent la cadence, adaptant leurs tactiques aux endroits où nous nous trouvons et trouvant de nouvelles façons d'escroquer les consommateurs.

Cela signifie que la sécurité et la confiance demeurent essentielles. De nouvelles percées en matière d'authentification pour la protection des utilisateurs, comme EMV 3D Secure (EMV 3DS), contribuent à sécuriser le commerce en ligne en temps réel à travers le monde. Les méthodes et solutions de paiement électronique telles que les cartes virtuelles continueront à faciliter et à sécuriser toutes les opérations, de l'achat d'un billet d'avion au partage de l'addition lors d'un dîner. Les entreprises seront également plus conscientes de l'importance d'investir dans des outils de sécurité pour prévenir la fraude et dans des polices d'assurance qui pourraient contribuer à atténuer l'impact d'une violation.

**Entretiens en ligne menés en mai 2022 avec des voyageurs prévoyant de se rendre en France en 2022, originaires des États-Unis (810), du Royaume-Uni (811), d'Allemagne (806) et de Belgique (811) - 3 238 au total, sur la base d'un questionnaire de 35 questions.*

À propos de Visa

Visa (NYSE : V) est un leader mondial des paiements digitaux, facilitant les transactions entre consommateurs, commerçants, institutions financières et entités gouvernementales dans plus de 200 pays et territoires. Notre mission est de connecter le monde via un réseau de paiements innovant, pratique, fiable et sécurisé, permettant aux individus, aux entreprises et aux économies de prospérer. Nous avons la conviction qu'une économie inclusive pour tous, élève toutes les personnes où qu'elles soient, et nous considérons que l'accessibilité est essentielle à l'avenir des flux monétaires.

Pour en savoir plus, consultez le [site](https://www.visa.fr) Visa.fr et [@Visa Fr](https://www.instagram.com/Visa_Fr) ainsi que [notre blog](#).