



Le paiement sans contact gagne du terrain en Belgique : 16% de transactions supplémentaires chaque mois

Les Belges intègrent de plus en plus le paiement sans contact dans leur quotidien. Le secteur du « food retail » présente la plus forte adoption.

Bruxelles, le 25 avril 2017 - Appelé à devenir la forme la plus courante de paiement, le sans contact gagne du terrain auprès des commerçants et consommateurs belges. Un peu plus d'un an après la distribution des premières cartes sans contact par les grandes banques belges, Mastercard fait le point sur la technologie et sa pénétration sur le marché et dévoile le classement des marchands qui ont enregistré le plus de transactions sans contact au cours de l'année 2016.

Une nouvelle ère dans nos habitudes de paiement

Le paiement sans contact qui, pour rappel, permet d'effectuer une transaction en approchant simplement sa carte du terminal de paiement et sans devoir indiquer son code PIN¹, connaît un succès croissant auprès des consommateurs. D'après les données de Mastercard, et depuis le déploiement du sans contact par les premières grandes banques il y a un an, 15% des personnes équipées d'une carte sans contact réalisent aujourd'hui des achats réguliers via cette technologie. On compte en moyenne une augmentation de 16% des transactions sans contact de mois en mois. La technologie sans contact a récemment fait son apparition sous la forme du paiement mobile, grâce au lancement d'Android Pay par BNP Paribas Fortis. En un mois à peine, le paiement mobile a déjà convaincu pas moins de 4 000 utilisateurs².

Tout en privilégiant les montants inférieurs à 25€, qui ne nécessitent pas de code PIN, les Belges semblent par ailleurs recourir au sans contact pour des montants toujours plus importants. Le montant d'une transaction moyenne est en effet passé de 8€ en 2015 à 17€ à la fin de l'année 2016.

Pour Henri Dewaerhijdt, Country Manager Belux Mastercard, le paiement sans contact devrait très rapidement s'imposer sur le marché : *« Aujourd'hui, tout est en place pour que le paiement sans contact explose réellement. D'une part parce que de plus en plus de commerçants sont équipés de terminaux adaptés. On compte en effet aujourd'hui 85 000 points de ventes compatibles, soit 60% du parc de paiement. Et d'autre part, parce que les consommateurs sont de plus en plus équipés, qu'il s'agisse de cartes de paiement ou de nouvelles technologies tels que le paiement mobile ou via les objets connectés »*.

Le paiement sans contact, particulièrement prisé pour les achats du quotidien

Amateur de bonne chère, le Belge semble opter plus aisément pour le paiement sans contact lorsqu'il s'agit de nourriture. D'après les transactions enregistrées au cours de l'année 2016 et des deux premiers mois de 2017, c'est en effet au sein du secteur de l'agro-alimentaire que le paiement sans contact rencontre le plus de succès. Les grandes chaînes de supermarchés telles que Delhaize, Carrefour, Aldi, Colruyt ou encore Lidl s'avèrent être particulièrement réceptives au sans contact. Au total, avec les enseignes telles que Quick, Mc Donald's, Starbucks, Exki ou Pain Quotidien, l'agro-alimentaire représente plus de deux tiers des transactions sans contact enregistrées en Belgique.

¹ Pour les transactions de moins de 25€.

² <https://press.ketchumbrussels.be/pres-de-la-moitie-des-belges-souhaitent-payer-avec-leur-smartphone>



Sans grande surprise, le sans contact gagne par ailleurs du terrain dans le secteur du retail. Celui-ci est d'ores et déjà utilisé dans les grandes enseignes, qu'il s'agisse de magasins de décoration et bricolage comme IKEA ou Brico, de boutiques de vêtements ou de produits de soins comme H&M, Decathlon, INNO ou encore les centres de loisirs comme Kinopolis. Ces enseignes, habituées aux foules de clients et particulièrement en période de fêtes, voient dans cette nouvelle technologie un moyen de réduire le temps d'attente aux caisses : un plus pour les commerçants et les clients.

Habitué aux embouteillages, le Belge ne semble pas vouloir perdre davantage de temps lors de ses voyages. Pour le tunnel à péage Liefkenshoek, situé près d'Anvers, ou encore les parkings Vinci, la méthode sans contact semble séduire les usagers par sa rapidité et sa simplicité, épargnant le besoin de chercher de la petite monnaie. De quoi fluidifier le trafic et dès lors de réduire les embouteillages belgo-belges !

Enfin, les distributeurs de boissons Coca-Cola semblent être le terrain de jeu idéal pour s'adonner à la tendance sans contact : le consommateur, qui détient de moins en moins de petite monnaie qu'auparavant, semble en effet apprécier la rapidité et la simplicité du sans contact pour de petits montants.

Le paiement sans contact, les débuts d'une révolution des habitudes d'achat

Le paiement sans contact a d'ores et déjà conquis les pays d'Europe, avec plus d'un quart de milliard de transactions par mois depuis 2017. Certains voisins, comme les Pays-Bas, font quant à eux figure de pionniers en la matière, avec le cap récent d'un milliard de transactions sans contact enregistrées depuis son lancement en 2015.

Au-delà des cartes sans contact et du paiement mobile, d'autres systèmes se basant sur la technologie NFC devraient bientôt révolutionner le quotidien des Belges. C'est ainsi que certains constructeurs automobiles développent actuellement des voitures équipées du système NFC. Leur objectif est de permettre aux conducteurs de ces voitures derniers cris de faire des achats sans même devoir quitter leur siège.

« Les voitures, les bagues ou les montres connectées, qui sembleraient de premier abord « gadgets », sont en réalité le premier pas vers un changement radical de notre manière d'effectuer nos achats. D'ici 2020, le paiement sans carte deviendra la norme et, grâce à la technologie des tokens, n'importe quel objet pourra faire office de carte de paiement », explique Henri Dewaerhijdt, Country Manager Belux Mastercard.

Le petit geste qui fait la différence

Pendant trois mois, pour chaque transaction sans contact effectuée avec une carte Maestro ou Mastercard, la société offre un repas à un enfant en Afrique grâce à sa collaboration avec le Programme alimentaire mondial (PAM), mise au point en 2012. Pour plus d'informations sur cette campagne en collaboration avec le Programme alimentaire mondial, surfez [ici](#).

###



A propos de Mastercard :

[Mastercard](#) (NYSE: MA), <http://www.Mastercard.com/>, est une société technologique dans l'industrie mondiale des paiements. Nous exploitons le réseau de paiement le plus rapide au monde et tissons des liens entre consommateurs, institutions financières, commerçants, autorités publiques et entreprises dans plus de 210 pays. Les produits et services Mastercard favorisent les activités commerciales au quotidien – telles que le shopping, les voyages, la gestion d'une entreprise et de ses finances – de manière plus simple, plus sûre et plus efficace pour tous.

Vous pouvez nous suivre sur Twitter : [@MastercardFR](#), [@MastercardNews](#), vous joindre à la discussion sur le [BeyondTheTransaction Blog](#) et vous abonner pour recevoir les dernières nouvelles de [l'Engagement Bureau monde](#) ou de [l'Engagement Bureau en français](#).

Contacts presse Mastercard Belgique :

Amandine Servotte

Ketchum Brussels

Amandine.servotte@ketchum.com

02 550 00 54