

Baromètre Alopass

Le micro-paiement : quelle réalité aujourd'hui ?

Eric Giordano, Directeur Général Pôle Paiement Hi-media
Yves-Marie Cann, Directeur d'Etudes Ifop

22 octobre 2009

Section 1 : La méthodologie

Echantillon :



Echantillon de **1005** personnes, représentatif de la population internautes française âgée de 15 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Echantillon de **345** clients et prospects issus de la base de données clients / prospects d'Hi-media.



Echantillon de **1052** personnes, représentatif de la population internautes américaine âgée de 15 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, niveau de revenus du foyer) après stratification par Etat.

Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

Dates de terrain :

Du 10 au 18 août 2009 pour l'enquête grand public
Du 14 septembre au 6 octobre 2009 pour l'enquête auprès des professionnels

Section 2 :

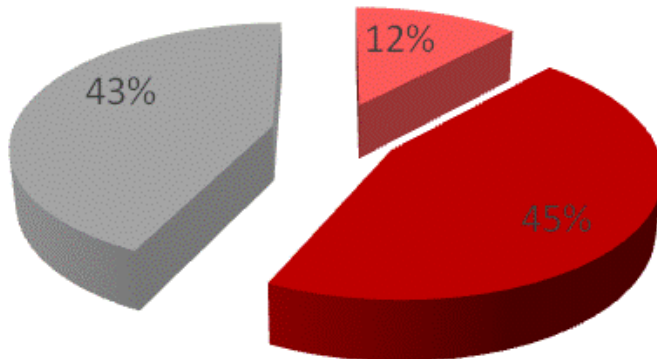
Le Micro-Paiement une réalité au quotidien

Question : Vous personnellement, avez-vous déjà entendu parler du « micro-paiement » ?

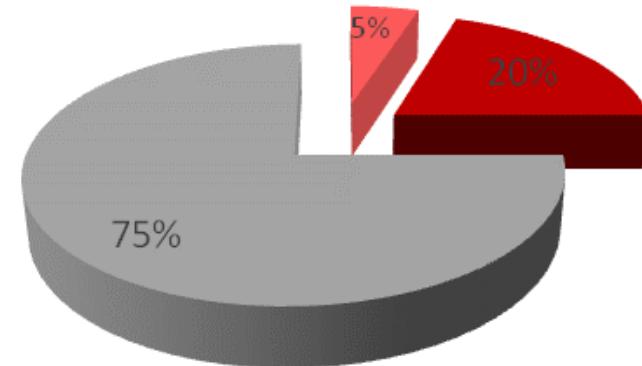
Plus de la moitié des internautes français et un quart des internautes américains connaissent le concept de micro-paiement



Total « Oui » 57%



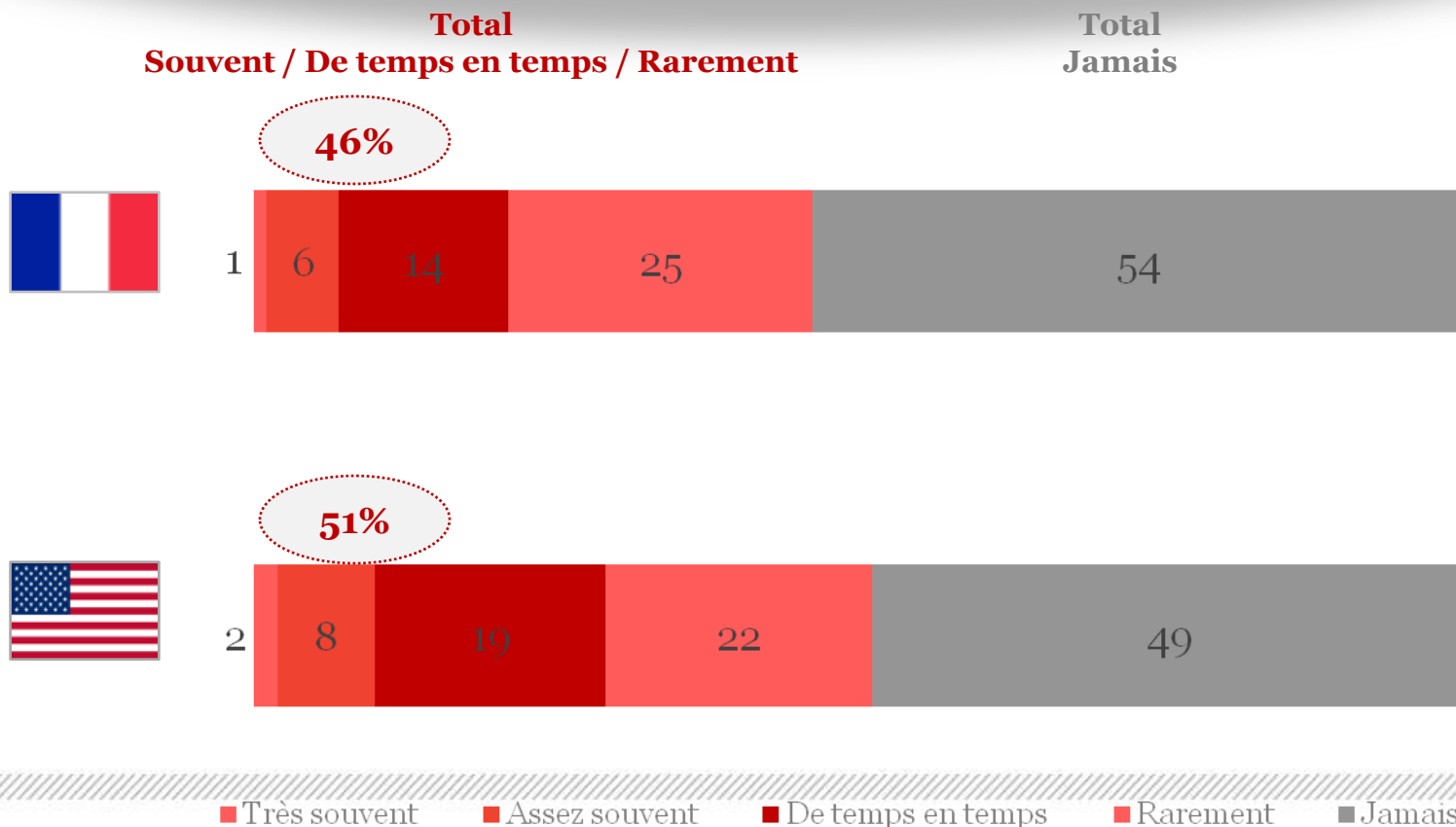
Total « Oui » 25%



■ OUI, et vous savez précisément de quoi il s'agit ■ OUI, mais vous ne savez pas vraiment de quoi il s'agit ■ NON, jamais

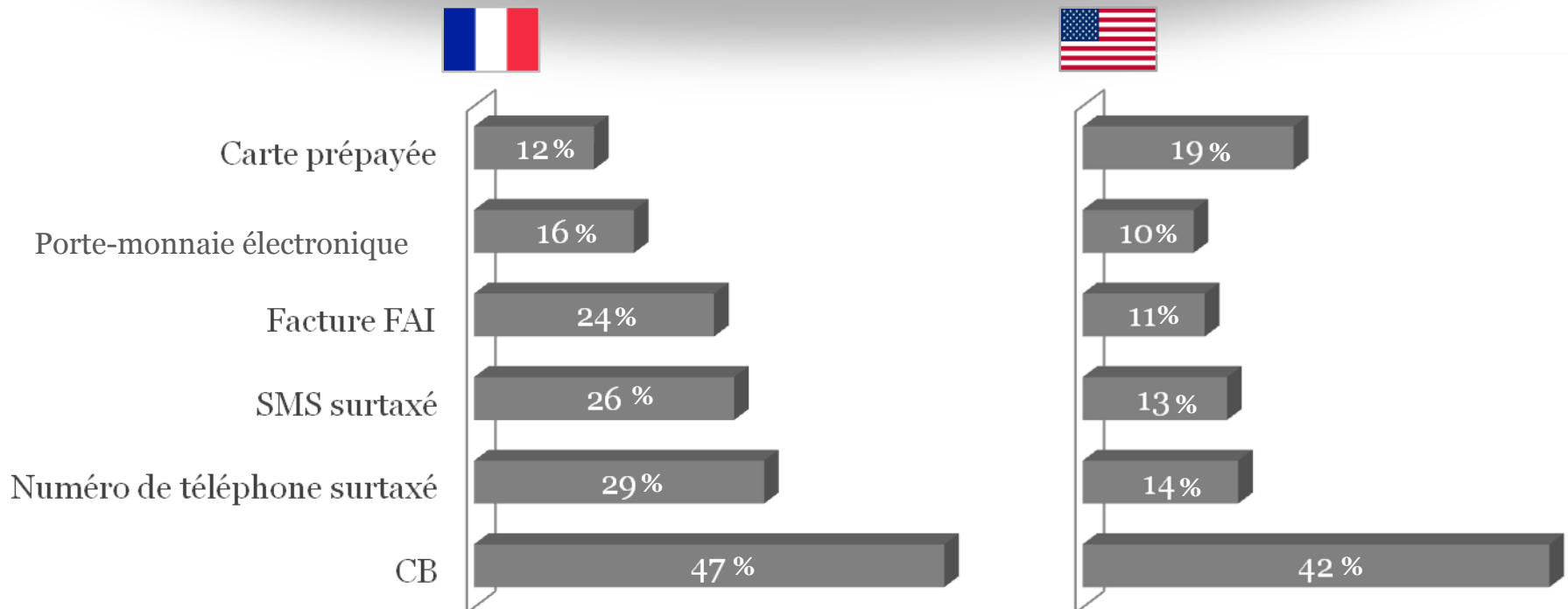
Question : Diriez-vous que vous avez recours très souvent, assez souvent, de temps en temps, rarement ou jamais au micro-paiement pour accéder à des services ou contenus payants sur Internet ?

Une fois le concept de micro-paiement clairement expliqué, la moitié des internautes américains déclarent y avoir recours



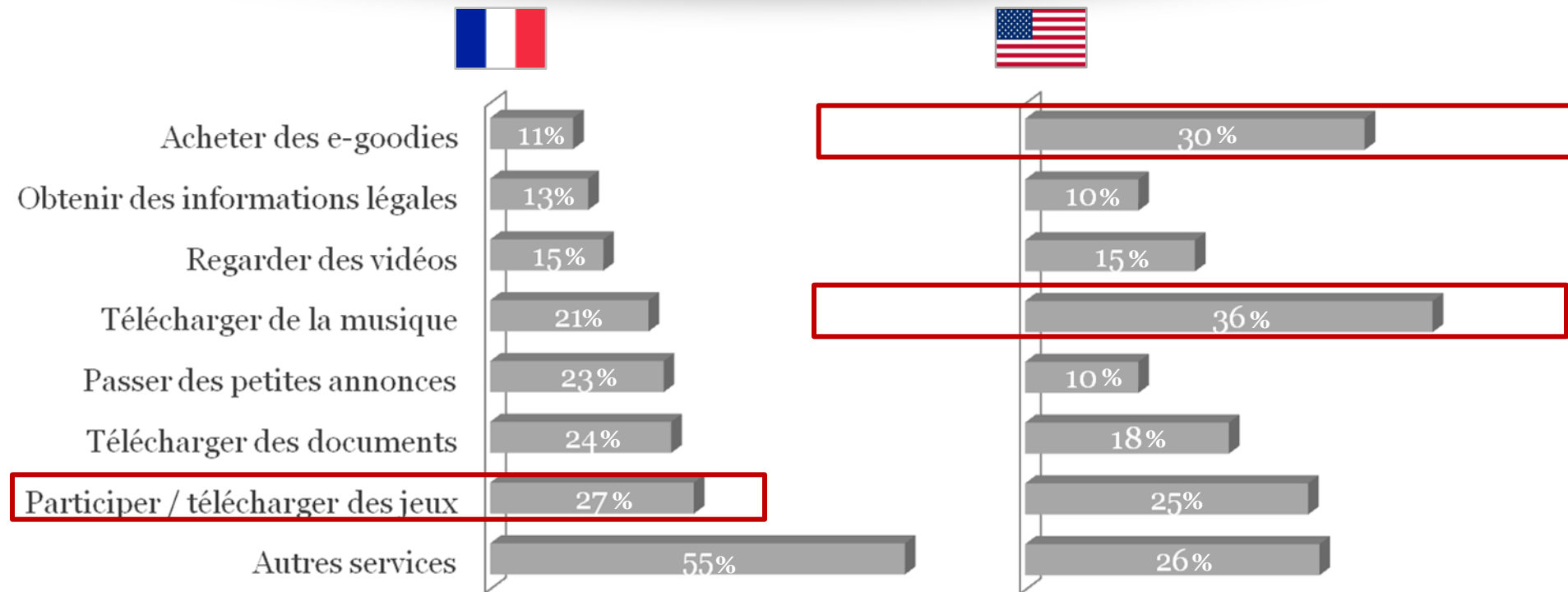
Question : Pour chacun d'eux, pouvez-vous indiquer ceux que vous avez déjà utilisés pour effectuer des paiements ponctuels inférieurs à 5 euros/dollars sur Internet ?

**Si la CB reste le 1^{er} moyen de paiement utilisé, plus de 50% des internautes utilisent un autre moyen de paiement.
Chaque tranche d'âge a ses moyens de paiement privilégiés**



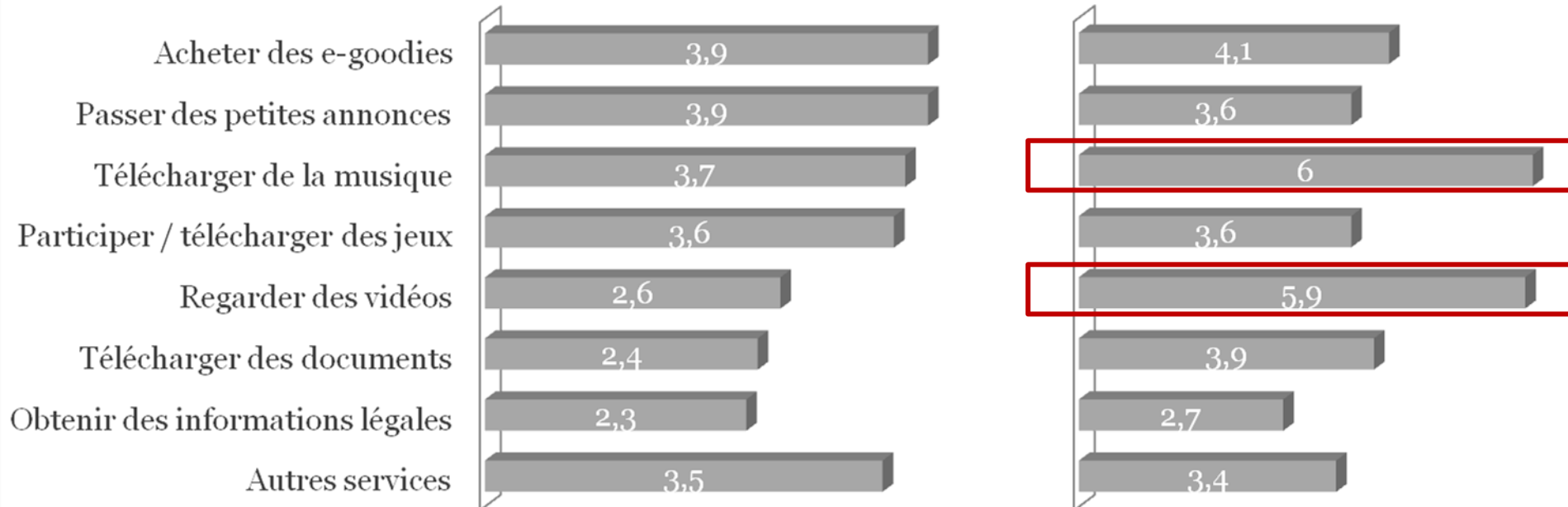
Question : Pour quels services ou contenus disponibles sur Internet avez-vous utilisé des solutions de micro-paiement en ligne ?

**Une utilisation pour des services et contenus variés.
En tête, « Jeux » en France et « Musique » aux Etats-Unis**



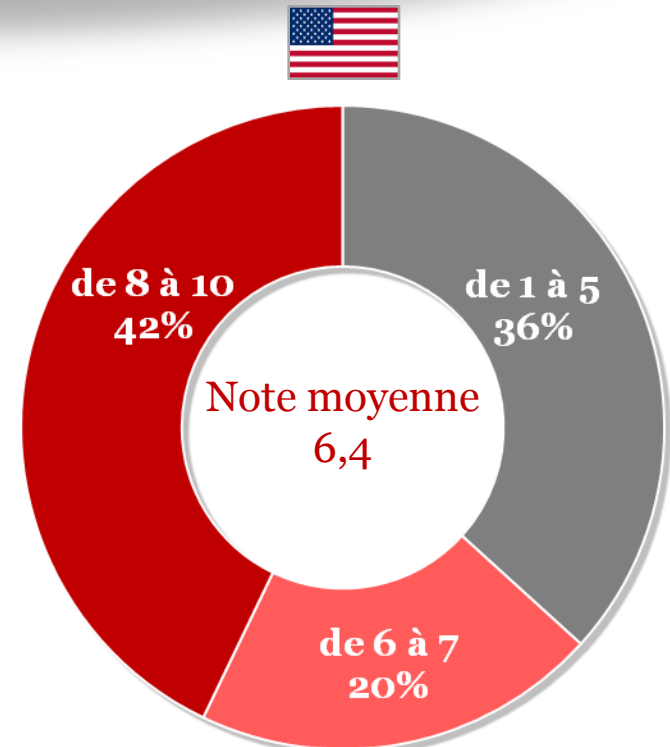
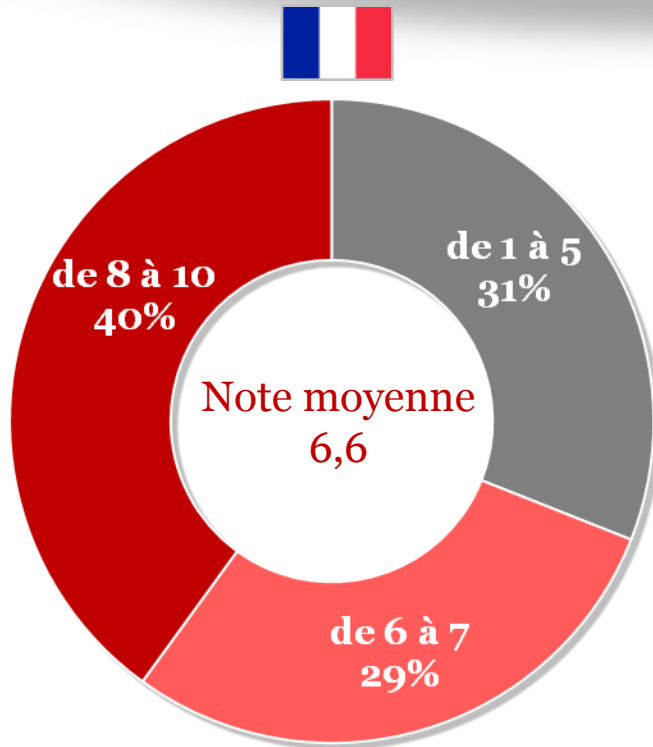
Question : Pouvez-vous préciser le nombre de transactions effectuées par mois en moyenne pour accéder à chacun des services ou contenus suivants ?

Fréquence des transactions : Surconsommation VOD et musique aux Etats-Unis



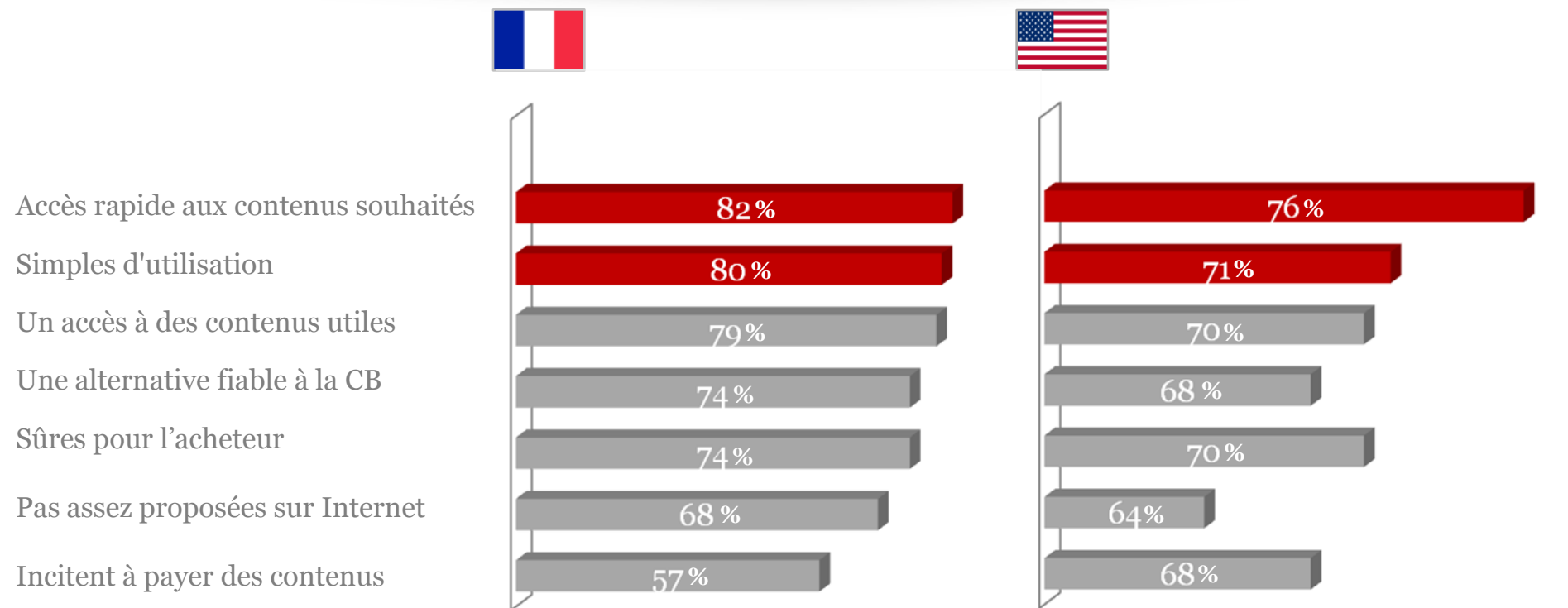
Question : Sur une échelle allant de 1 à 10, quel degré de confiance accordez-vous aux solutions de micro-paiement en ligne sachant que « 1 » signifie que vous ne leur faites pas du tout confiance et « 10 » que vous leur faites tout à fait confiance ? Les notes intermédiaires permettent de nuancer votre réponse.

Deux tiers des utilisateurs ont confiance dans les solutions de micro-paiement



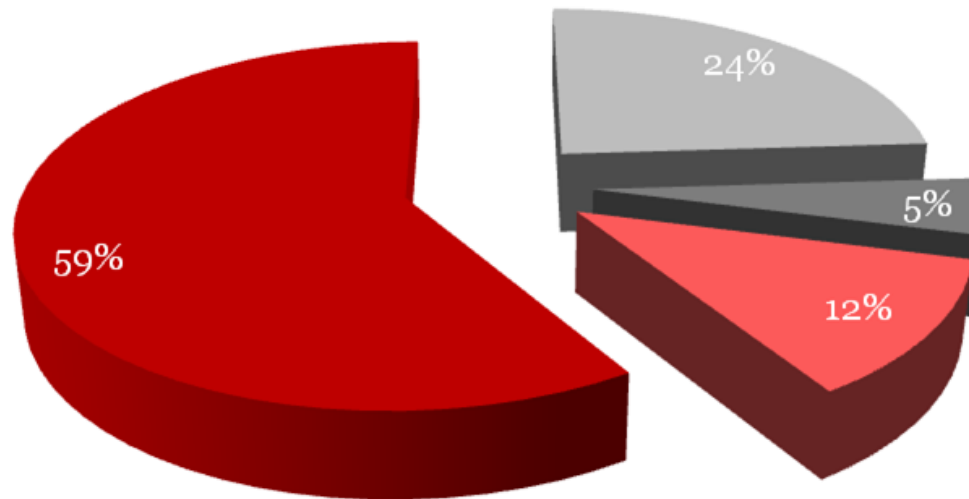
Question : Pour chacun des qualificatifs suivants, diriez-vous qu'il s'applique très bien, assez bien, assez mal ou très mal aux solutions de micro-paiement aujourd'hui disponibles sur Internet ?

Rapidité et simplicité : les deux atouts clés du micro-paiement



Question : Tout compte fait, diriez-vous que vous recommanderiez certainement, probablement, probablement pas ou certainement pas à vos proches (famille, ami, collègues de travail) l'utilisation des solutions de micro-paiement pour accéder à des services ou contenus en ligne payants sur Internet ?

Séduits, plus de 70% des utilisateurs recommanderaient le micro-paiement à leurs proches



■ Certainement ■ Probablement ■ Probablement pas ■ Certainement pas

Sur la base de 2 indicateurs : la notoriété du micro-paiement,
la fréquence du recours au micro-paiement

Les solutions de micro paiement ...

... sont davantage
l'apanage des
hommes

... concernent un noyau dur
d'utilisateurs âgés de 18 à 24
ans ... qui s'étend jusqu'au
moins de 35 ans (surtout aux
Etats-Unis)

... en France : les CSP+
sont plus au fait sur le
sujet

... plus répandues
dans les foyers
comprenant des
enfants de moins
de 18 ans

*Clivage
socioprofessionnel
moins marqué
aux Etats-Unis*

... et dans ceux
connectés à
Internet depuis
plus de 10 ans

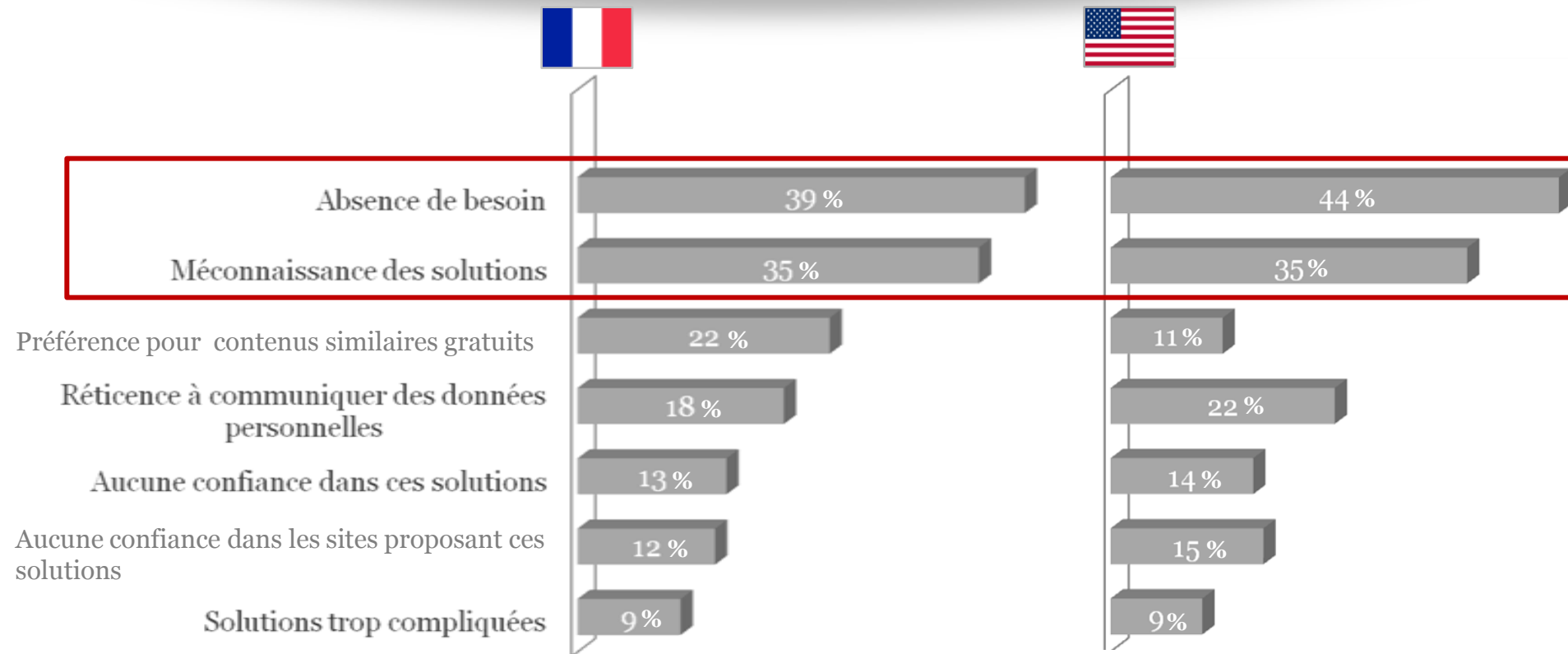
Section 3 :

Le Micro-Paiement

un potentiel de développement

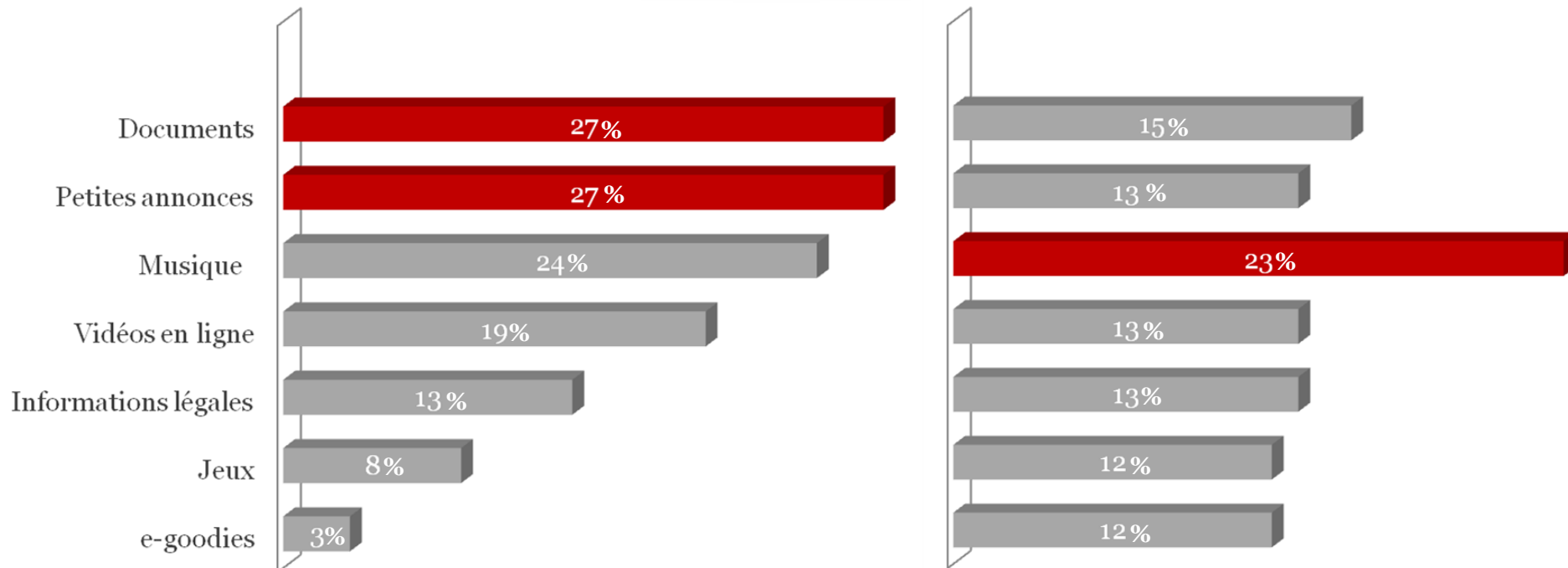
Question : Pour quelle(s) raison(s) principale(s) n'avez-vous jamais utilisé des solutions de micro-paiement pour accéder à des services ou contenus en ligne payants ?

**Deux raisons principales à la non-utilisation :
absence de besoin et méconnaissance des solutions**



Question : Utiliseriez-vous une solution de micro-paiement pour chacun des contenus ou services suivants ?

Un quart des non-utilisateurs prêt à utiliser le micro-paiement pour des documents, des petites annonces et de la musique



Section 4 :

Micro-paiement : une source de revenus efficace pour les éditeurs

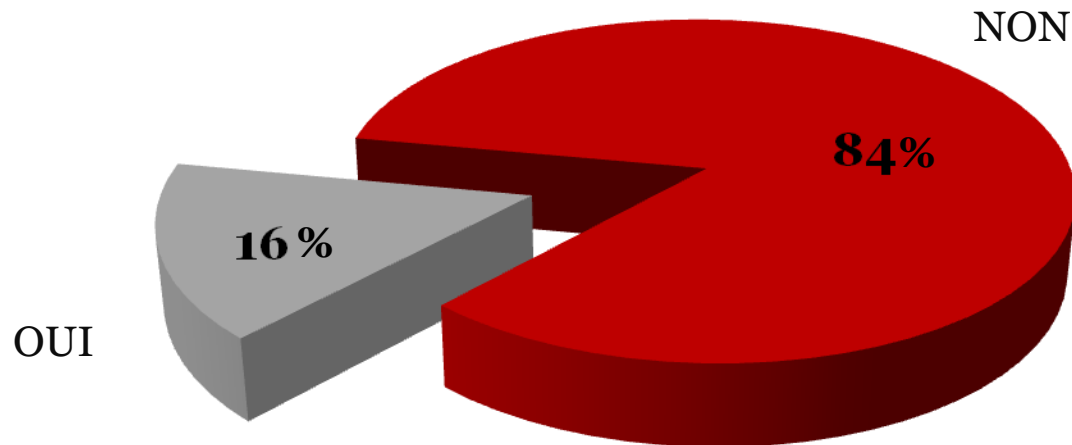
Questions : - Quels sont les noms des solutions de micro-paiement que vous connaissez?
- Et parmi les solutions suivantes, quelles sont celles que vous connaissez ?

Une notoriété spontanée et assistée auprès des internautes qui soutient l'activité commerciale

- Allopass et Paypal sont les deux premiers acteurs spontanément cités par les internautes français.
 - Allopass, 1^{ère} solution de micro-paiement mentionnée spontanément par les internautes français
- Même constat en notoriété assistée, **55%** des internautes français connaissant Allopass

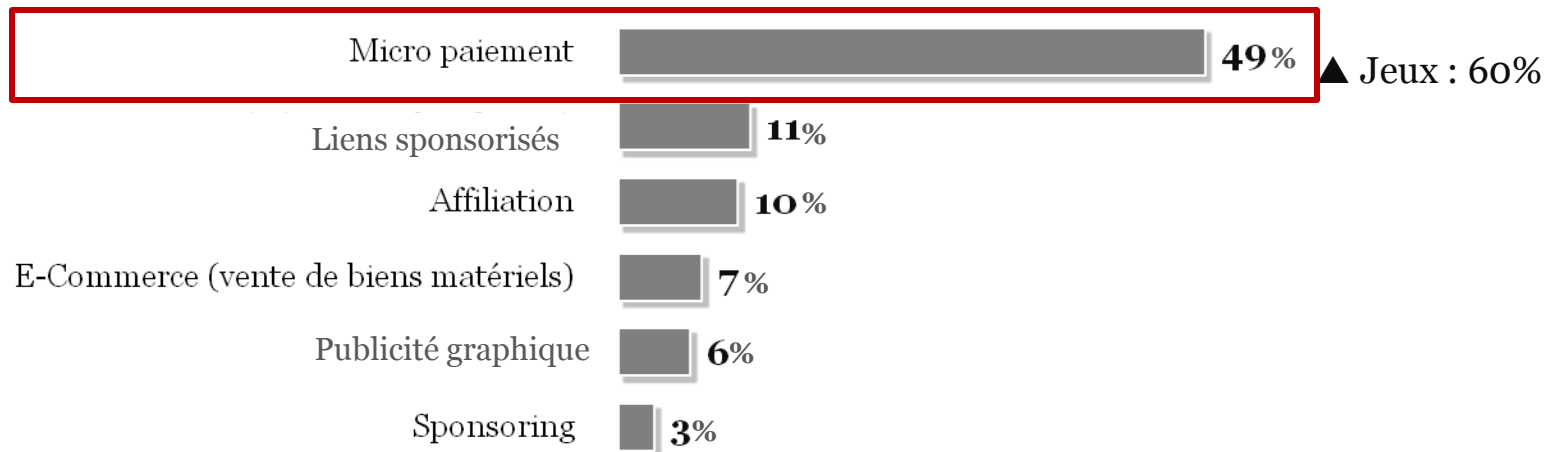
Question : La mise en place de services payants sur votre site a-t-elle provoqué une baisse de votre audience ?

Des services payants qui n'impactent pas la fréquentation



Question : Quelle est la principale source de revenus de votre/vos site(s) Internet ?

Le micro paiement, première source de revenus chez les clients d'Allopass ... monétisant par ailleurs leur audience via d'autres sources de revenus



Question : Comment vendez-vous vos contenus ou services?

Les 3/4 des clients d'Allopass vendent à l'acte

En micro paiement à l'acte



73 %

- ▲ Télécom, Internet, informatique : 89%
- ▲ Actualités et informations : 88%
- ▲ Jeux : 88%

A l'abonnement avec en plus du micro-paiement à l'acte



21 %

A l'abonnement



6 %

Section 5 : Les principaux enseignements

- ✓ Pas de réticence à l'usage chez les internautes
- ✓ Un fort potentiel de développement :
 - sous réserve de nouvelles offres proposées par des éditeurs de contenus : maisons de disque, éditeurs de presse et distributeurs vidéo notamment
- ✓ Une solution qui a déjà fait ses preuves parmi les éditeurs de sites Internet :
 - Le micro-paiement 1^{ère} source de revenus chez les clients Allopas devant la publicité

Merci

La journée du paiement électronique

alopass

hipay

L'étude en bref

1

Si la majorité des internautes français et américains n'ont pas encore une vision précise de ce qu'englobe la notion de micro-paiement, ils le pratiquent toutefois fréquemment dans leur vie quotidienne pour des achats de services ou/et contenus de moins de 5€. Les moyens de paiement utilisés sont très larges et dépendent principalement de l'âge des utilisateurs.

2

En tête des contenus achetés, se trouvent « les jeux » en France et la « musique » aux Etats-Unis. Les internautes américains s'avèrent être surconsommateurs de contenus « VOD » et « musique » avec respectivement 5,9 et 6 transactions effectuées par mois pour accéder à ces offres.

3

La rapidité et la simplicité d'utilisation sont les deux qualités principales attribuées aux solutions de micro-paiement tant en France qu'aux Etats-Unis. Les deux tiers des utilisateurs français et américains ont confiance dans ces solutions.

4

Les utilisateurs français sont principalement des hommes CSP+ avec un noyau dur chez les 18-24 ans. Aux Etats-Unis, ce sont également des hommes, mais sur une tranche d'âge plus large (18-34 ans). Sur les deux pays, le micro-paiement s'avère être pratiqué plus particulièrement au sein des foyers comprenant des enfants de moins de 18 ans et ayant une connexion Internet depuis plus de 10 ans.

5

Allopass, bénéficie d'une très bonne notoriété spontanée et assistée le situant en première position des solutions de micro-paiement mentionnées en France.

6

Côté professionnels, le micro-paiement est une véritable source de revenus pour les éditeurs de sites Internet. Il est la 1ère source de revenus chez les clients Allopass qui par ailleurs monétisent leur audience via d'autres solutions (publicité graphique, liens sponsorisés, affiliation...).