

Les achats de Noël ne sont plus que rarement payés en espèces

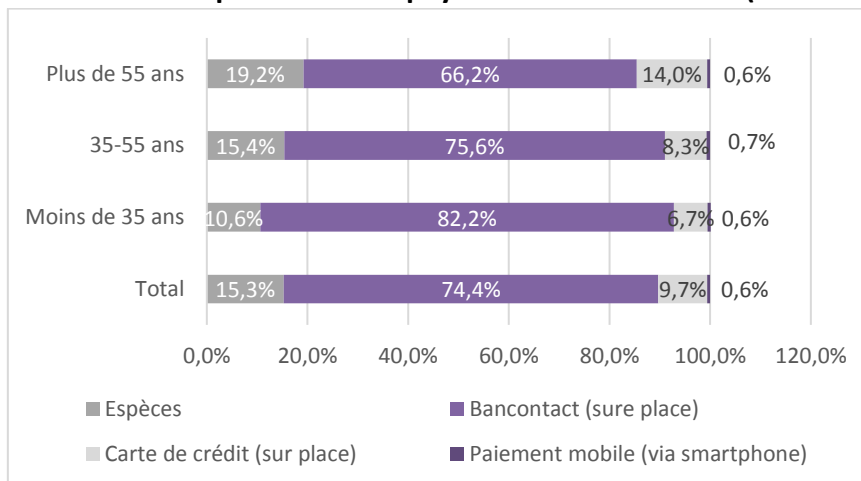
Seul 1 jeune sur 10 préfère payer ses achats de Noël en espèces, soit deux fois moins que les personnes de plus de 55 ans.

Bruxelles, le 13 décembre 2017 – La période de Noël approche à grands pas et les cartes bancaires chauffent dans tous les ménages, comme le révèle une étude de Beobank. Seulement 15 % de tous les achats de Noël sont payés en espèces. Les cartes bancaires rendront encore bien des services cette année, tant dans les boutiques physiques qu'en ligne. À noter que le mode de paiement est étroitement lié à l'âge.

Le paiement en espèces continue de séduire surtout les plus de 55 ans

En ce moment, les Belges sont nombreux à arpenter les rues à la recherche de leurs cadeaux de Noël. Nous nous promenons cependant rarement avec de l'argent liquide en poche. À peine 15 % des acheteurs préfèrent payer leurs emplettes de Noël en espèces. Les personnes de plus de 55 ans sont les plus susceptibles de payer en cash (19,2 %). Or, seul un Belge de moins de 34 ans sur 10 le fait encore.

Question : comment préférez-vous payer vos achats de Noël (en boutique) ?



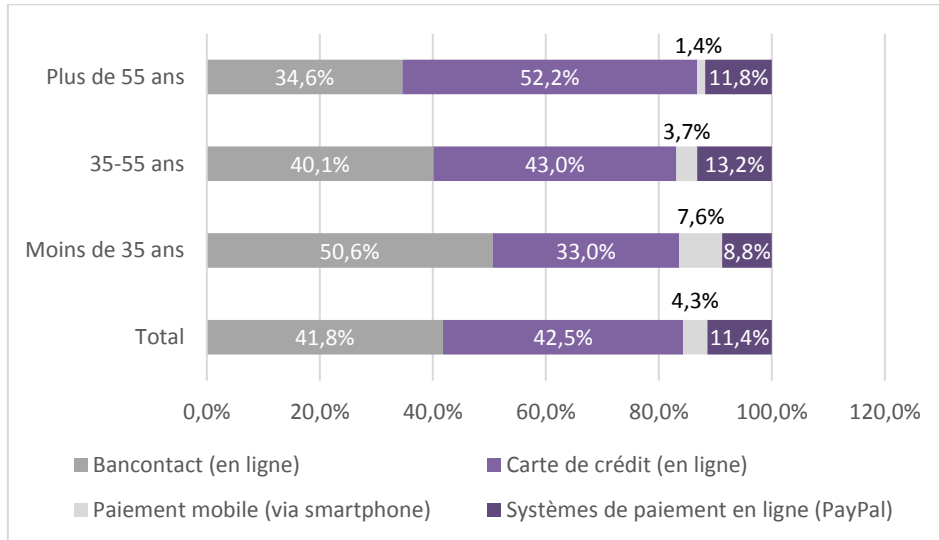
Bancontact semble être de loin le mode de paiement le plus populaire (75 %) chez les personnes qui effectuent encore leurs achats de Noël dans des points de vente physiques. Quelque 10 % des Belges préfèrent payer leurs emplettes par carte de crédit. À noter que la carte de crédit a la cote surtout chez les plus de 55 ans.

Fossé générationnel au niveau des paiements en ligne

De nos jours, le Belge ne fait plus seulement ses achats de Noël dans les points de vente physiques : il se rend aussi de plus en plus en ligne. Une étude de Beobank démontre qu'en période de Noël, une fois arrivés sur la page de paiement, les acheteurs belges utilisent autant leur carte bancaire (41,8 %) que leur carte de crédit (42,5 %). Les alternatives, comme le paiement par smartphone ou via les systèmes de paiement en ligne, sont nettement moins populaires.

Quand on examine ces chiffres de plus près, on constate qu'un fossé générationnel se creuse ici aussi entre les plus de 55 ans et les jeunes générations. La majorité des jeunes (50,6 %) préfèrent Bancontact à la carte de crédit (33 %), alors que c'est l'inverse chez les plus de 55 ans. La moitié (52,2 %) d'entre eux optent pour la carte de crédit, contre seulement 34,6 % pour Bancontact.

Question : comment préférez-vous payer vos achats de Noël (en ligne) ?



Dirk Verhaeghe, Head of Retail Products chez Beobank : « *La baisse de popularité des paiements en espèces n'est un secret pour personne. Cette tendance se dessine depuis plusieurs années. Le paiement par carte est généralement jugé plus pratique, plus simple et plus sûr que les paiements en liquide. Les cartes de crédit sont moins répandues au sein de la jeune génération, ce qui explique pourquoi les jeunes sont plus enclins que les anciennes générations à utiliser leur carte bancaire pour payer leurs achats de Noël.* »

À propos de l'enquête :

L'enquête a été réalisée par IVOX à la demande de Beobank, auprès de 1000 Belges âgés de plus de 18 ans.

Pour de plus amples informations :

Service de presse Beobank NV/SA

Sandrine Roberti de Winghe

+32 (0)478 828 729

sandrine.robertidewinghe@beobank.be

À propos de Beobank :

Beobank NV/SA est une banque belge, filiale du Groupe Crédit Mutuel Nord Europe, qui propose des produits et services personnalisés aux clients particuliers, indépendants et petites entreprises. Beobank possède un réseau de 230 points de vente (agences propres et agents indépendants) qui aident les clients dans la réalisation de leurs projets personnels et professionnels à travers des solutions de paiement flexibles et innovantes, des solutions d'épargne, des crédits à la consommation, des assurances et des placements. Des produits et services qui s'appuient toujours sur des valeurs de responsabilité et de respect. Beobank compte aujourd'hui 620.000 clients et 1.500 collaborateurs en Belgique.

Pour de plus amples informations : www.beobank.be