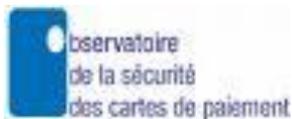


AHEAD OF WHAT'S NEXT.



## La perception des porteurs de carte sur les nouveaux dispositifs d'authentification lors des paiements en ligne

# Méthodologie d'enquête

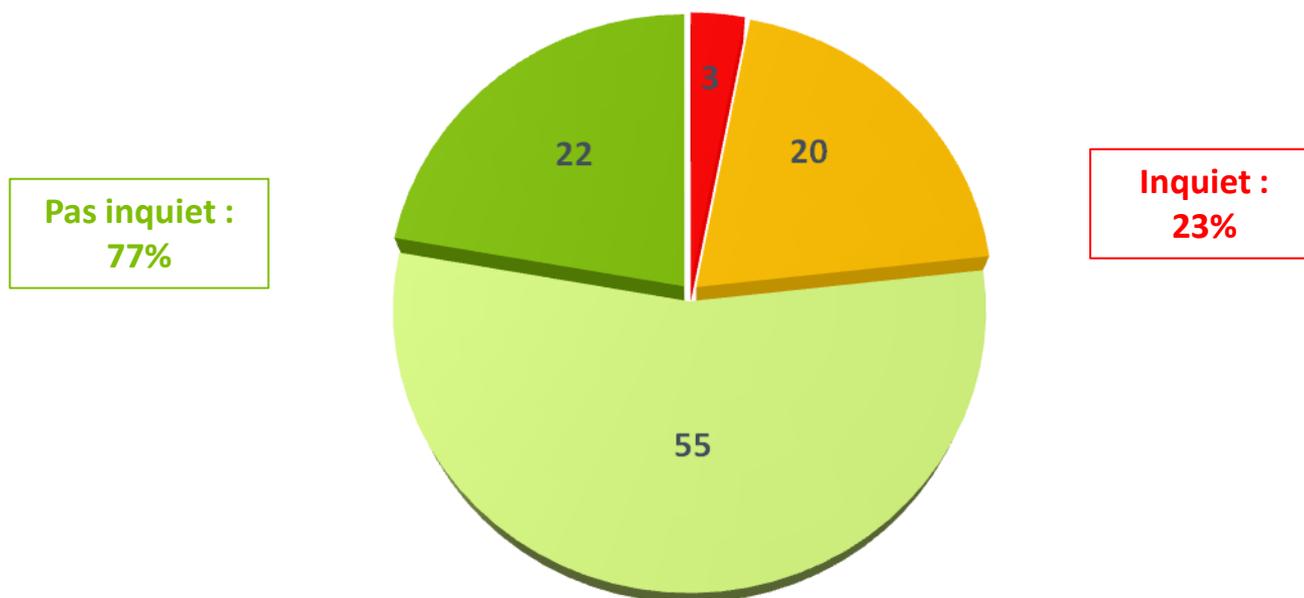
- *Enquête réalisée en ligne du 15 au 25 février 2011.*
- *Deux échantillons ont été interrogés :*
  - *Un échantillon de 1 000 individus, représentatif de la population française âgée de 16 ans et plus, à partir de l'access panel Harris Interactive.*
  - *Un sur-échantillon d'utilisateurs d'au moins un dispositif d'authentification issus d'un échantillon représentatif de la population française âgées de 16 ans et plus, afin de disposer au total d'un échantillon de 1000 utilisateurs.*
- *Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé.*

# I. Éléments de cadrage auprès des cyberacheteurs

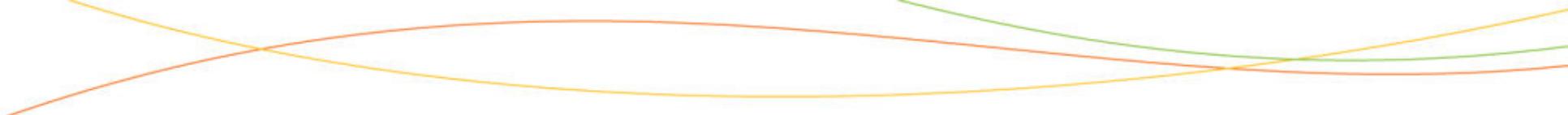
# Des achats en ligne qui ne suscitent que peu d'inquiétude

Lorsque vous effectuez des achats sur Internet avec votre carte bancaire, diriez-vous que vous êtes très, plutôt, plutôt pas ou pas inquiet du tout ?

Base : Ensemble des cyberacheteurs



■ Très inquiet ■ Plutôt inquiet ■ Plutôt pas inquiet ■ Pas du tout inquiet

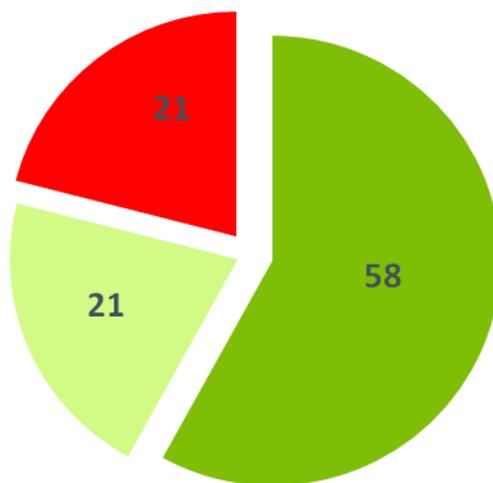


# Notoriété et information sur les dispositifs d'authentification

# Près de 8 cyberacheteurs sur 10 indiquent avoir déjà entendu parler de dispositifs supplémentaires pour sécuriser les achats en ligne

Lorsque vous effectuez un achat sur Internet avec votre carte bancaire, la plupart du temps, vous devez saisir le numéro de la carte, la date d'expiration et le cryptogramme au dos de la carte. Certaines banques ont mis en place des dispositifs supplémentaires pour sécuriser les achats sur Internet. En avez-vous entendu parler ?

Base : Ensemble des cyberacheteurs



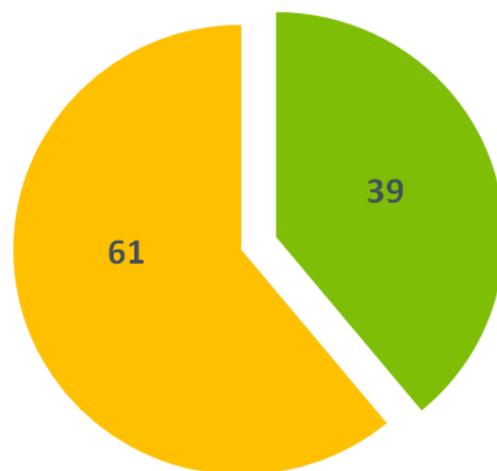
Oui : 79%

- Oui, et vous voyez bien ce dont il s'agit
- Oui, mais vous ne voyez pas vraiment ce dont il s'agit
- Non

## Mais seuls 4 sur 10 affirment avoir reçu à ce sujet une information émanant de leur banque

*Avez-vous reçu une information de la part de votre/vos établissement(s) bancaire(s) concernant des dispositifs supplémentaires pour sécuriser les achats sur Internet ?*

*Base : Ensemble des cyberacheteurs*

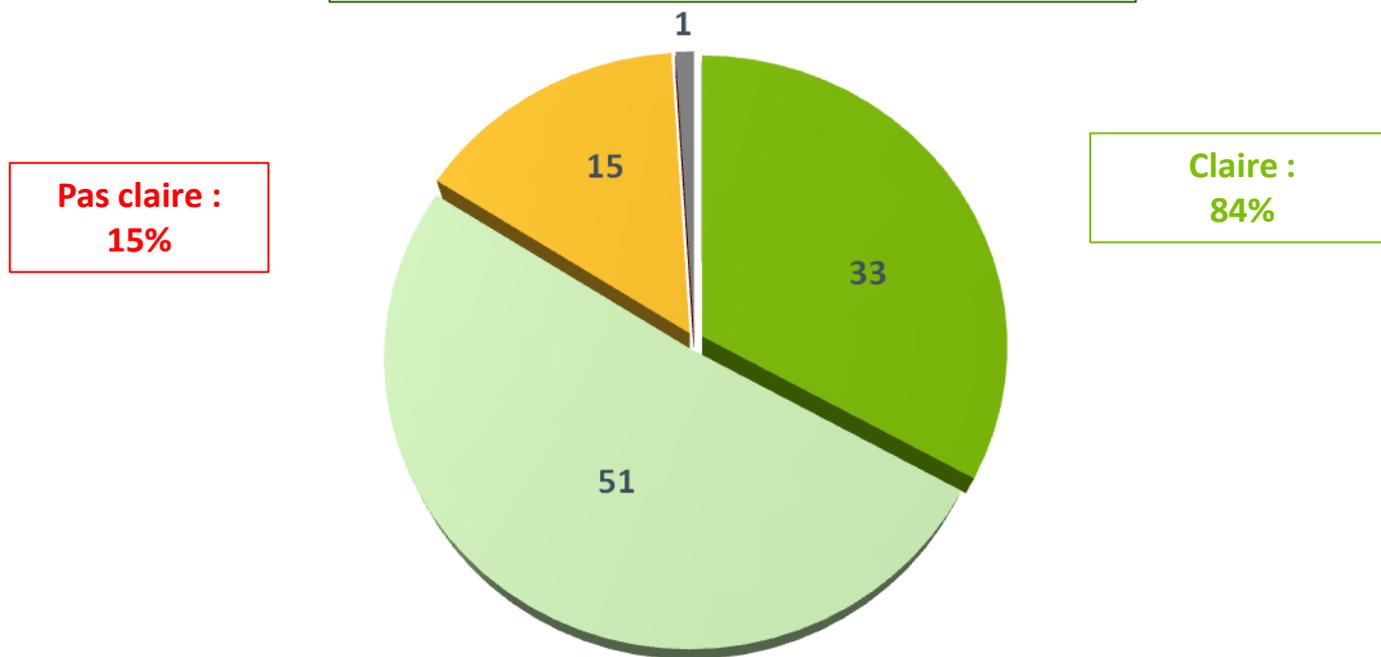


■ Oui      ■ Non

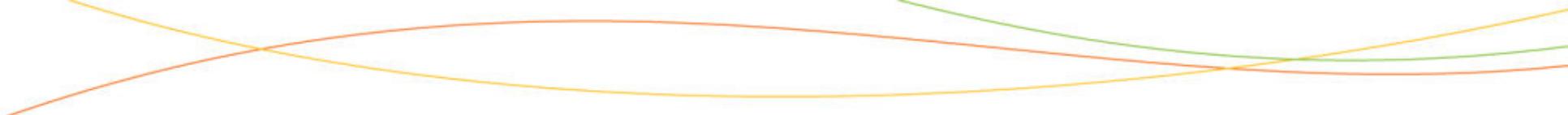
# L'information émise par les banques a été jugée claire par les destinataires

Et direz-vous que cette information était très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout claire pour vous aider à sécuriser vos achats sur Internet ?

A ceux ayant reçu de l'information de la part de leur(s) établissement(s) bancaire(s), soit 39% des cyberacheteurs



■ Très claire ■ Plutôt claire ■ Plutôt pas claire ■ Pas du tout claire ■ Ne sait pas



# Niveau d'utilisation des différents dispositifs d'authentification

# Les six dispositifs d'authentification testés

Les six dispositifs ont été testés avec les libellés et les images suivantes (les libellés ont été raccourcis dans ce rapport pour une meilleure lisibilité) :

1. La saisie de votre date de naissance au moment d'effectuer votre paiement
2. Le fait de devoir répondre à une question convenue au préalable avec votre banque, par exemple le nom de jeune fille de votre mère



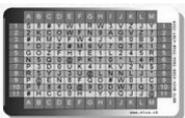
3. La saisie d'un code d'authentification envoyé par votre banque par SMS sur votre téléphone portable, ce code n'étant valable que pour un seul paiement



4. La saisie d'un code d'authentification généré par un mini-lecteur de carte fourni par votre banque. Sur ce lecteur, vous insérez votre carte bancaire et vous tapez votre code PIN, ce qui fait apparaître le code d'authentification valable pour un seul paiement



5. La saisie d'un code d'authentification généré par un boîtier fourni par votre banque, ce code n'étant valable que pour un seul paiement

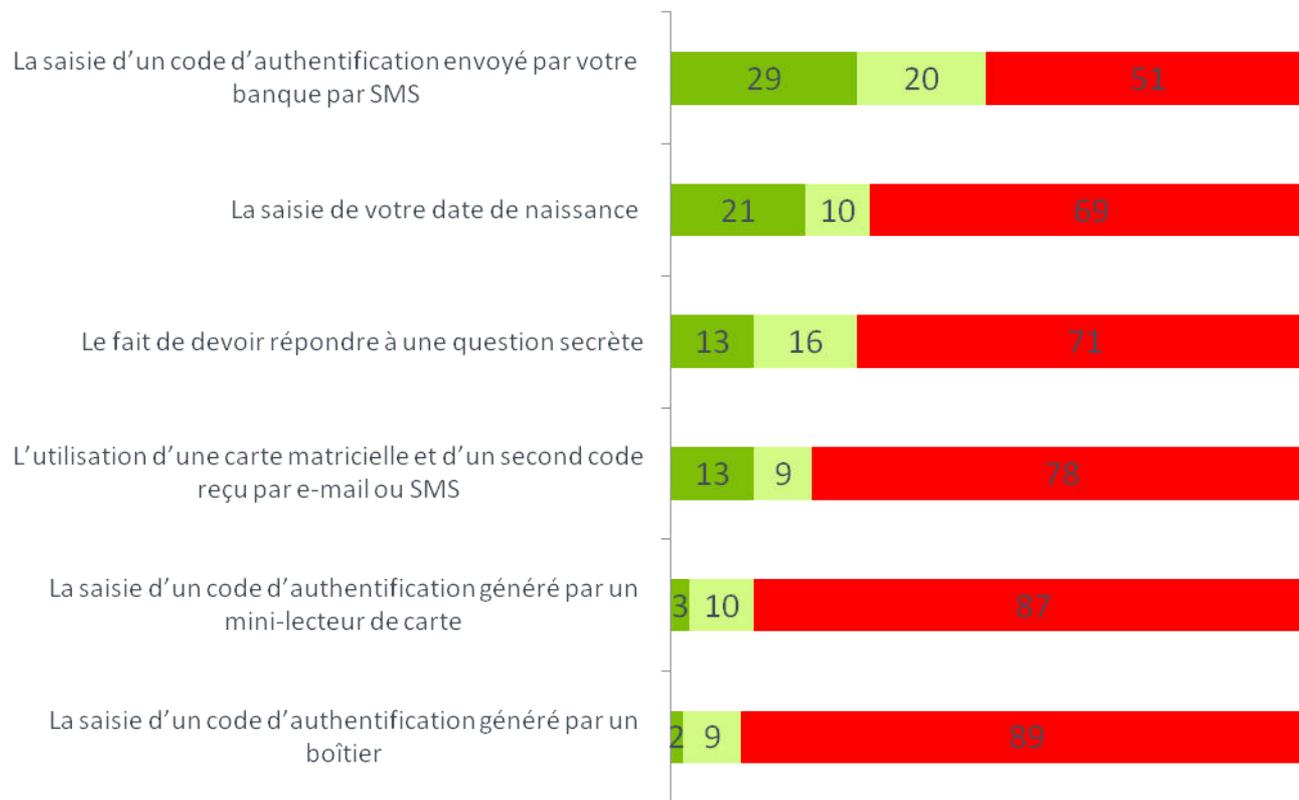


6. L'utilisation d'une carte matricielle et d'un second code reçu par e-mail ou SMS, ce code n'étant valable que pour un seul paiement

# Un cyberacheteur sur deux a déjà été confronté à un dispositif d'authentification

Avez-vous déjà entendu parler de chacun des dispositifs suivants pouvant être déployés afin de sécuriser les achats sur Internet ?

Base : Ensemble des cyberacheteurs

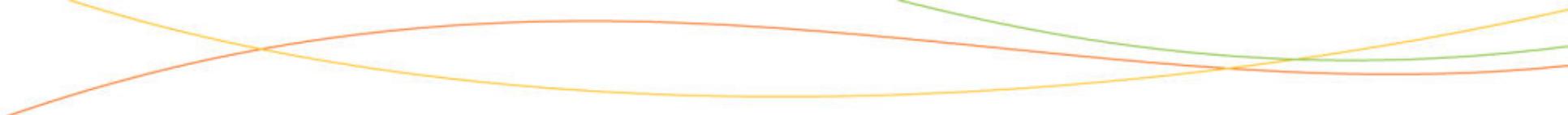


• Utilisateurs d'au moins un dispositif : 50%

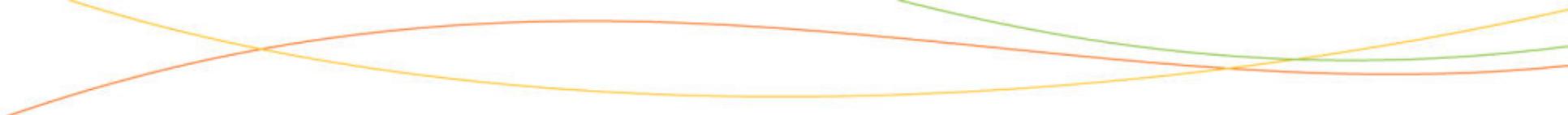
• Utilisateurs d'au moins un dispositif d'authentification (hors date de naissance et question secrète) : 38%

• Nombre moyen de dispositifs utilisés = 1,6

■ Oui, je l'ai déjà utilisé    ■ Oui, mais je ne l'ai jamais utilisé    ■ Non



## **II. Jugements et expériences concernant l'utilisation des dispositifs d'authentification**

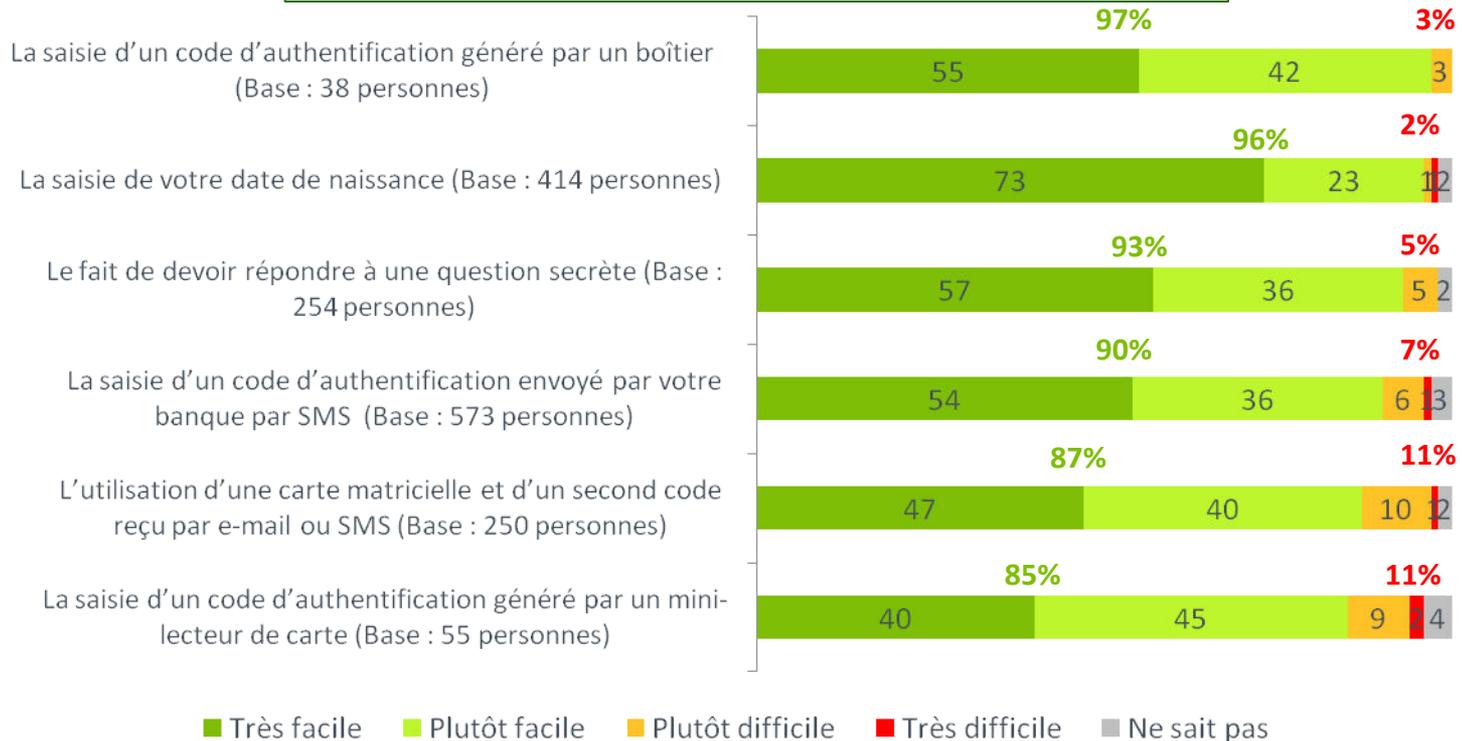


# Perception de la facilité d'utilisation des différents dispositifs

# Des dispositifs jugés très majoritairement faciles à utiliser

Selon vous, ce dispositif est-il très facile, plutôt facile, plutôt difficile ou très difficile à utiliser?

Base : Ensemble des utilisateurs d'au moins un dispositif  
(soit 50% des cyberacheteurs)



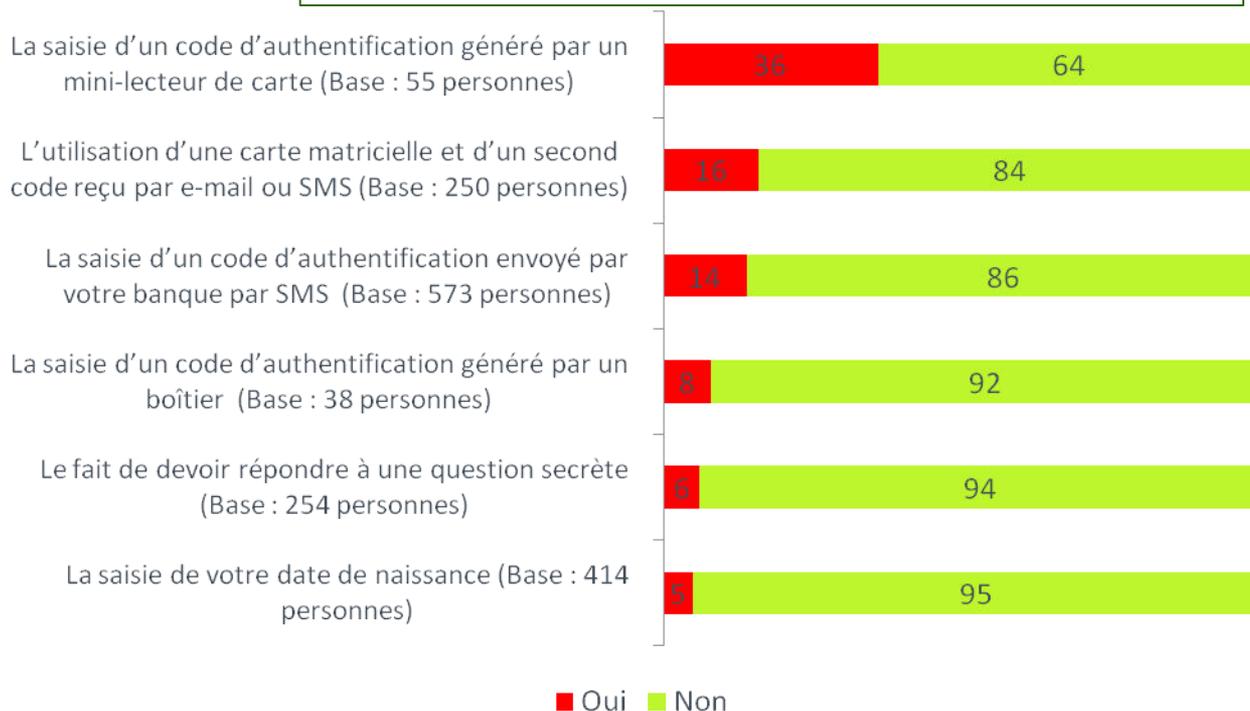
- Estime qu'au moins un dispositif est difficile à utiliser : 8% des utilisateurs
- Estime qu'au moins un dispositif d'authentification (hors date de naissance et question secrète) est difficile à utiliser : 10% des utilisateurs

# Retours d'expérience

# Les difficultés rencontrées lors de l'utilisation initiale

Avez-vous rencontré des difficultés lorsque vous avez utilisé ce dispositif pour la première fois ?

Base : Ensemble des utilisateurs d'au moins un dispositif  
(soit 50% des cyberacheteurs)

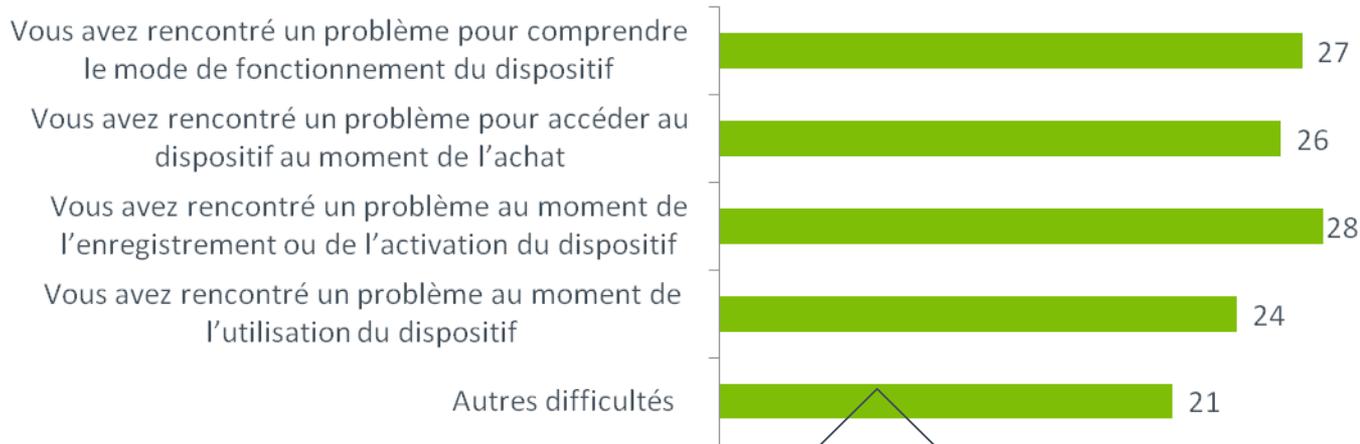


- A eu des difficultés lors de la 1ère utilisation avec au moins un dispositif : 15% des utilisateurs
- A eu des difficultés lors de la 1ère utilisation avec au moins un dispositif d'authentification forte : 19% des utilisateurs

# Les types de difficultés rencontrées

Quelles ont été ces difficultés ?

*Base : A ceux ayant eu des difficultés avec au moins un type de dispositif,  
soit 15 % de l'échantillon des utilisateurs  
(soit 7,5% des cyberacheteurs)*



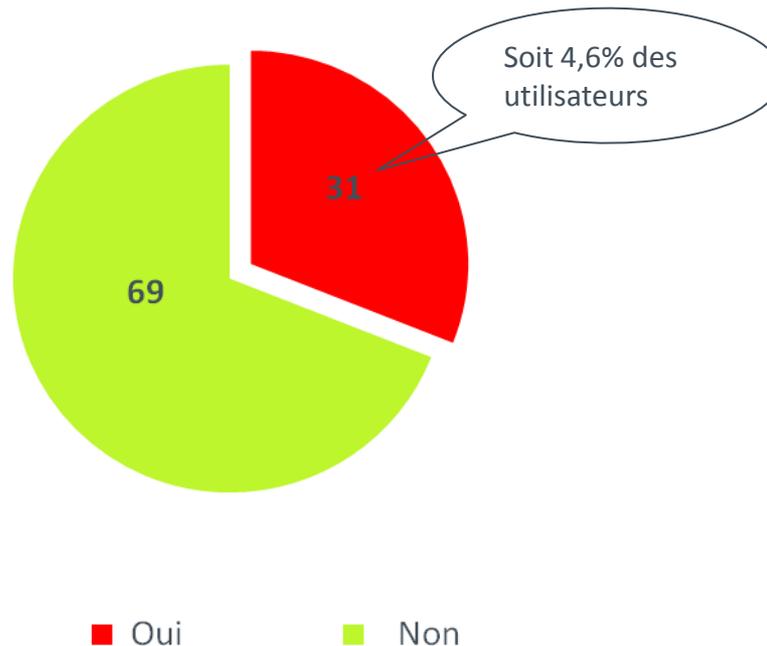
- « changement de numéro de portable entre temps »
- « batterie portable à plat... »
- « code envoyé par sms, mais je n'avais pas mon portable avec moi au moment de l'achat...heureusement le système a été pensé pour envoyer le code d'authentification par mail si un premier échec a lieu »
- « J'utilisais la carte bancaire de ma femme qui était partie avec son téléphone »
- « La carte était déjà associée à un autre n° de téléphone, cela a bloqué le processus. J'ai dû changer de carte »
- « Longue recherche de la carte matricielle dans mes papiers »

Total supérieur à 100, les individus ayant pu donner plusieurs réponses

# Moins d'un tiers des personnes ayant eu des difficultés ont renoncé à l'achat

Ces difficultés vous ont-elles empêché de finaliser votre achat ?

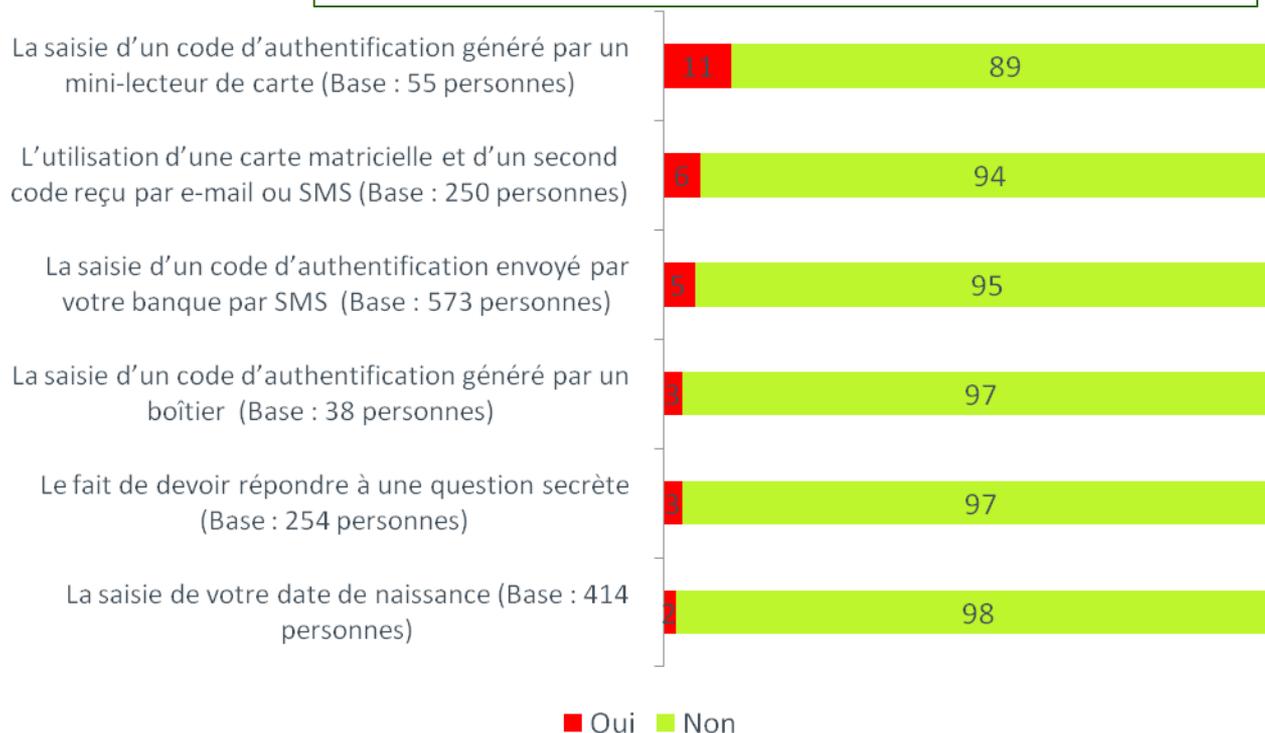
Base : A ceux ayant eu des difficultés avec au moins un type de dispositif,  
soit 15 % de l'échantillon des utilisateurs  
(soit 7,5% des cyberacheteurs)



# Les difficultés rencontrées lors des utilisations suivantes

Et avez-vous rencontré des difficultés lorsque vous avez utilisé ce dispositif lors d'achats suivants ?

Base : Ensemble des utilisateurs d'au moins un dispositif  
(soit 50% des cyberacheteurs)



- A eu des difficultés avec au moins un dispositif lors des utilisations ultérieures : 6% des utilisateurs
- A eu des difficultés avec au moins un dispositif d'authentification forte lors des utilisations ultérieures : 6,5% des utilisateurs

# Les types de difficultés rencontrées

Quelles ont été ces difficultés ?

Base : A ceux ayant eu des difficultés avec au moins un type de dispositif lors des utilisations ultérieures, soit 6% de l'échantillon des utilisateurs (soit 3% des cyberacheteurs)



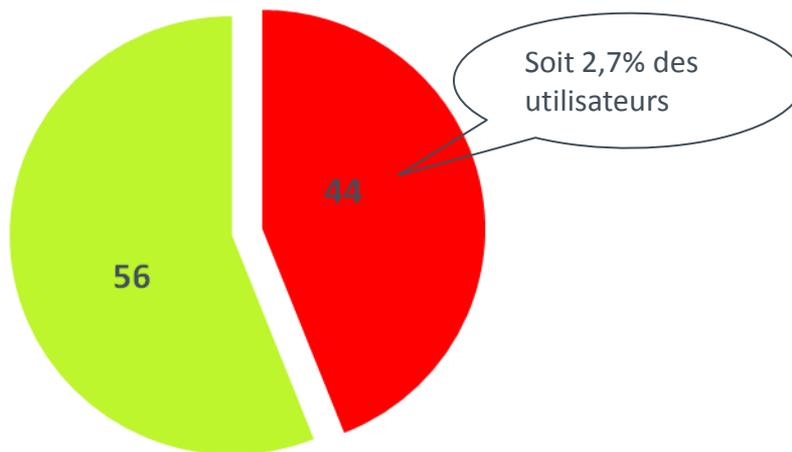
- « sms arrivé très tardivement »
- « difficulté de réception de sms dans l'endroit où je vis »
- « obligée d'aller dehors pour avoir le SMS, et retour trop tardif »
- « à l'étranger, je n'avais pas avec moi la carte matricielle et j'évitais d'utiliser mon téléphone portable »

Total supérieur à 100, les individus ayant pu donner plusieurs réponses

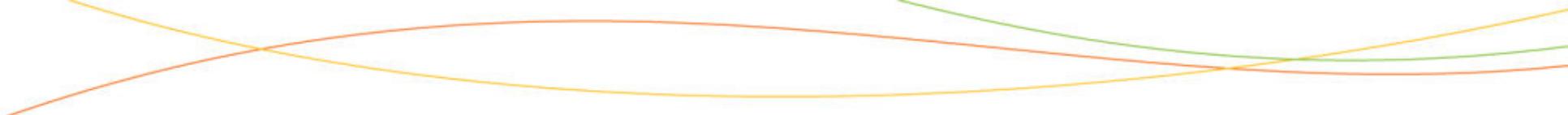
# L'impact des difficultés sur l'acte d'achat

Ces difficultés vous ont-elles empêché de finaliser votre achat ?

Base : A ceux ayant eu des difficultés avec au moins un type de dispositif lors des utilisations ultérieures, soit 6% de l'échantillon des utilisateurs (soit 3% des cyberacheteurs)



■ Oui      ■ Non

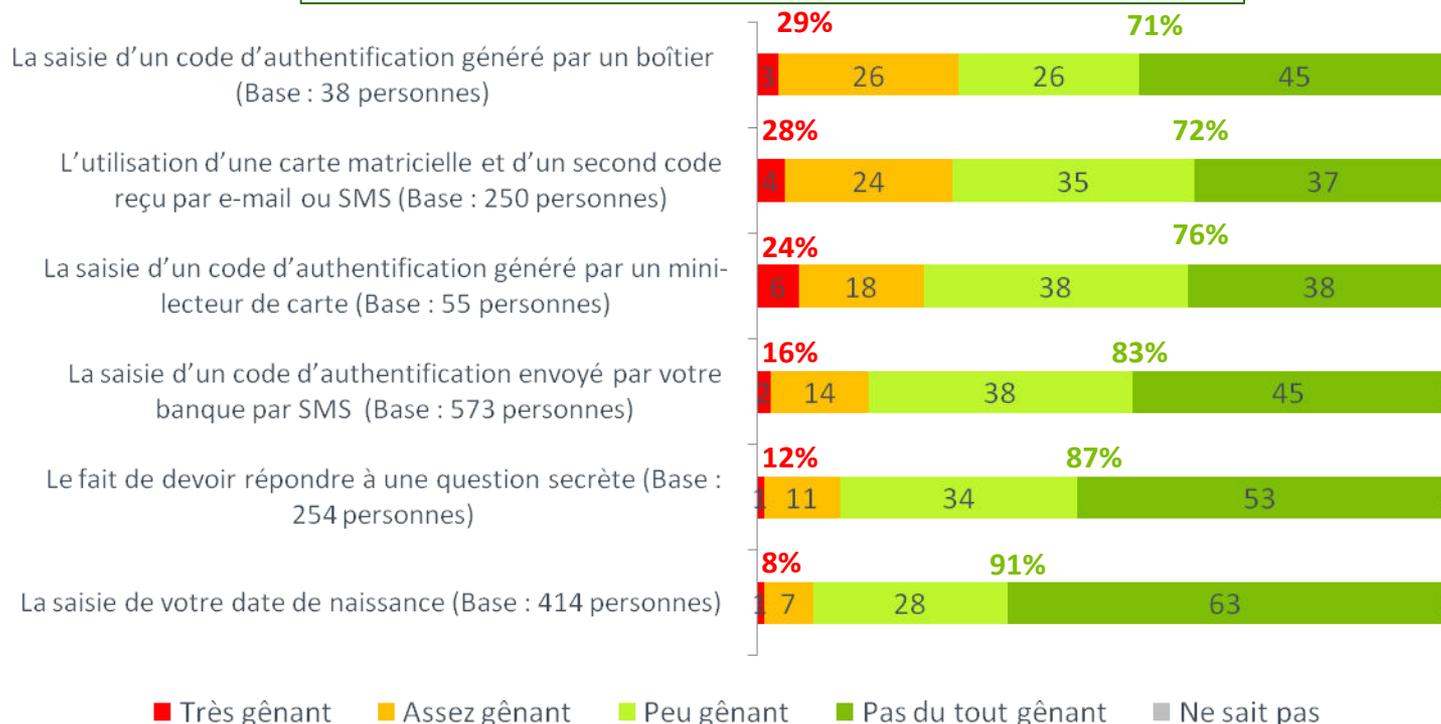


# La gêne engendrée par le temps supplémentaire pour l'utilisation des dispositifs

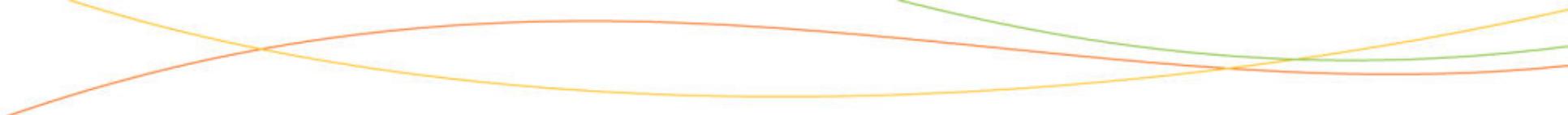
# Une gêne limitée pour l'ensemble des dispositifs

Estimez-vous très, assez, peu ou pas du tout gênant le temps supplémentaire nécessaire à l'utilisation de ce nouveau dispositif lors de l'achat ?

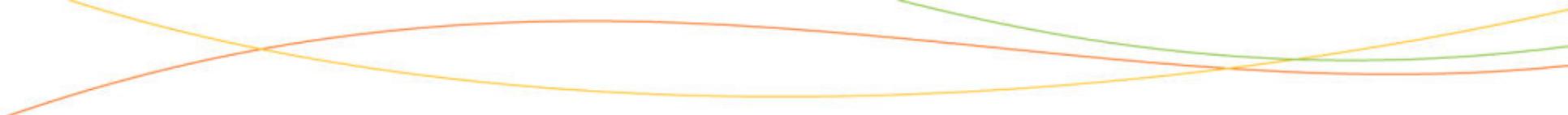
Base : Ensemble des utilisateurs d'au moins un dispositif  
(soit 50% des cyberacheteurs)



- Estime qu'au moins un dispositif nécessite un temps supplémentaire gênant : 18% des utilisateurs
- Estime qu'au moins un dispositif d'authentification forte nécessite un temps supplémentaire gênant : 19% des utilisateurs



# **III. Perception du renforcement de la sécurité et souhait quant à l'avenir des dispositifs d'authentification**

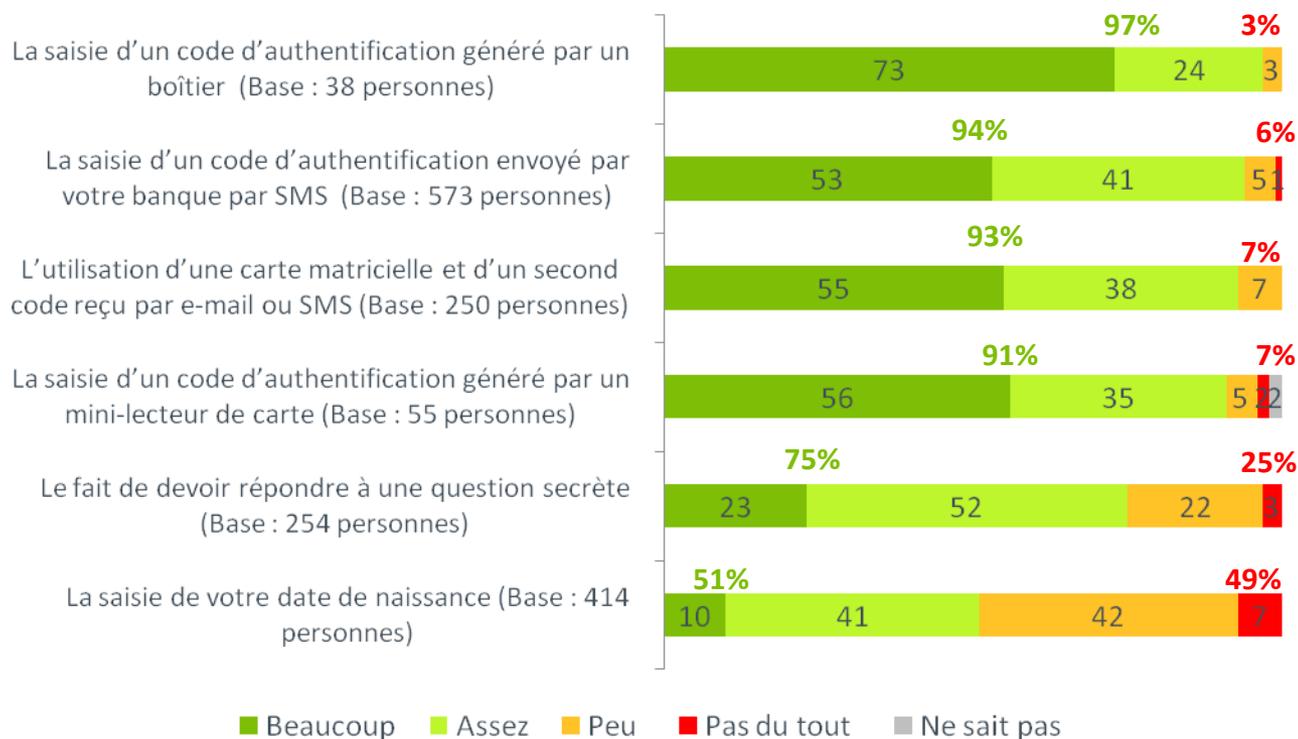


# La perception du renforcement de la sécurité

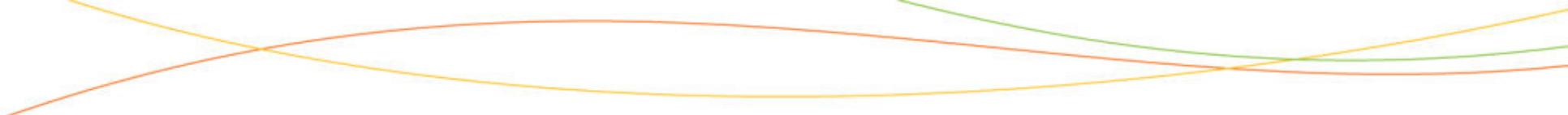
# Une sécurité jugée renforcée, surtout par la saisie d'un code unique

Selon vous, ce dispositif renforce-t-il beaucoup, assez, peu ou pas du tout la sécurité des paiements par carte bancaire sur Internet ?

Base : Ensemble des utilisateurs d'au moins un dispositif  
(soit 50% des cyberacheteurs)



- Estime qu'au moins un dispositif renforce la sécurité : 86% des utilisateurs
- Estime qu'au moins un dispositif d'authentification forte renforce la sécurité : 96% des utilisateurs

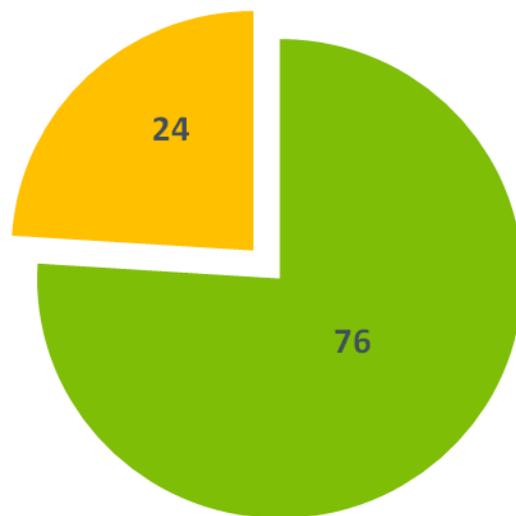


# L'impact de ce sentiment sur les comportements lors des achats futurs

# Un sentiment de sécurité renforcé pour les ¾ des utilisateurs

*Au final, vous êtes-vous senti plus en sécurité ou pas plus en sécurité en effectuant ces achats avec ce ou ces nouveaux dispositifs ?*

*Base : Ensemble des utilisateurs d'au moins un dispositif  
(soit 50% des cyberacheteurs)*



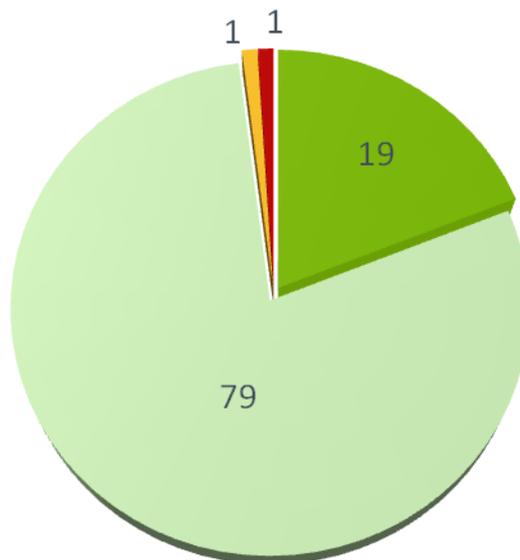
■ Plus en sécurité    ■ Pas plus en sécurité

# L'absence de dissuasion exercée par ses dispositifs

Diriez-vous que ces nouveaux dispositifs sont susceptibles de vous amener à acheter ... ?

Base : Ensemble des utilisateurs d'au moins un dispositif  
(soit 50% des cyberacheteurs)

Moins ou plus  
du tout: 2%



Plus ou autant :  
98%

- A acheter davantage sur Internet
- A acheter ni plus ni moins sur Internet
- A acheter moins sur Internet
- A ne plus rien acheter sur Internet

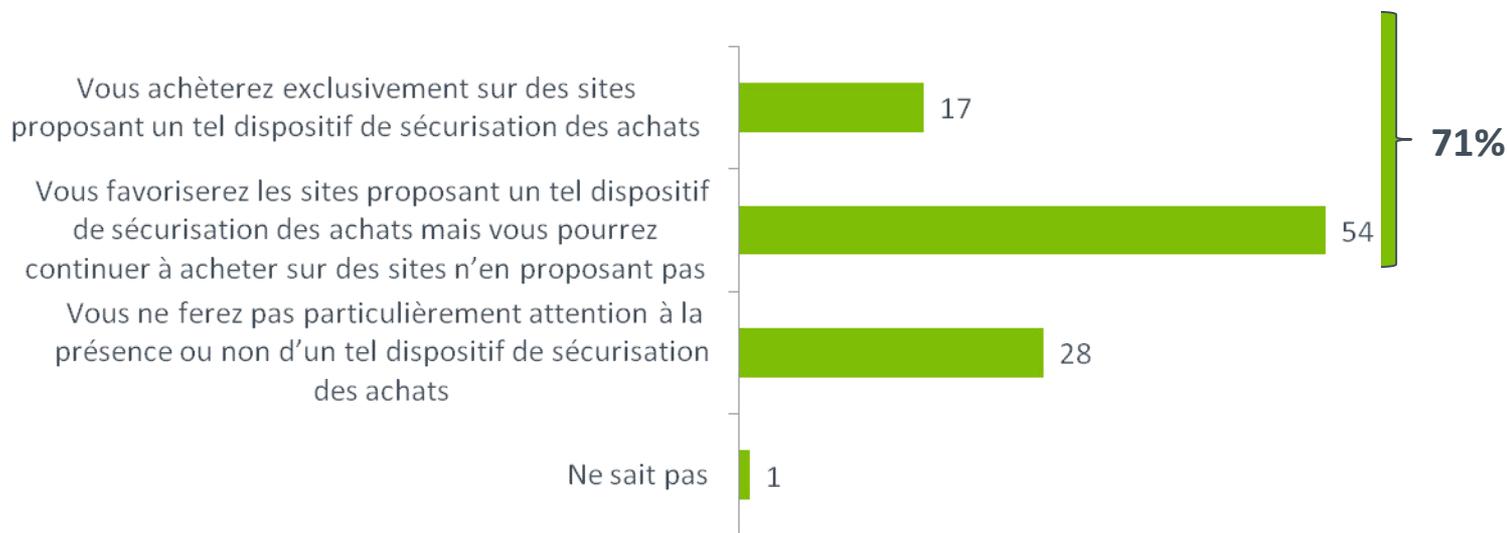
# Les motifs de dissuasion

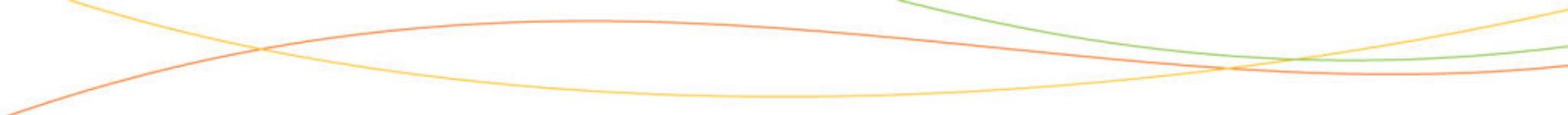
- Quelques verbatims des 2% qui affirment qu'ils achèteront moins ou n'achèteront plus sur Internet :
  - ✓ *« A cause de la durée nécessaire pour accéder à la banque et recevoir le code »*
  - ✓ *« Aujourd'hui, je n'accorde qu'une confiance limitée au code attribué par la banque pour chacun de mes futurs achats sur internet; les autres systèmes proposés sont trop facilement détectables pour un hacker car systématiques »*
  - ✓ *« Cela prend beaucoup de temps »*
  - ✓ *« Contraignant. Il faut avoir son numéro de compte en banque »*
  - ✓ *« Impossible d'arriver à m'en servir! »*
  - ✓ *« Je me suis fait piraté et je suis très embêté »*
  - ✓ *« Le temps perdu, le fait de ne plus acheter impulsivement »*
  - ✓ *« On ne comprends pas le fonctionnement, difficultés à réaliser l'achat »*
  - ✓ *« Pas de portable, perte de temps et changement de numéro »*
  - ✓ *« Un peu trop intrusifs, à mon goût! La vérité dans la simplicité! »*

# Une tendance des utilisateurs à favoriser les sites présentant de tels dispositifs

*A l'avenir, quelle sera votre attitude lorsque vous effectuerez des achats sur Internet pour un produit ou service équivalent ?*

*A ceux qui déclarent qu'ils achèteront davantage ou autant sur Internet, soit 98% des utilisateurs  
(soit 49% des cyberacheteurs)*



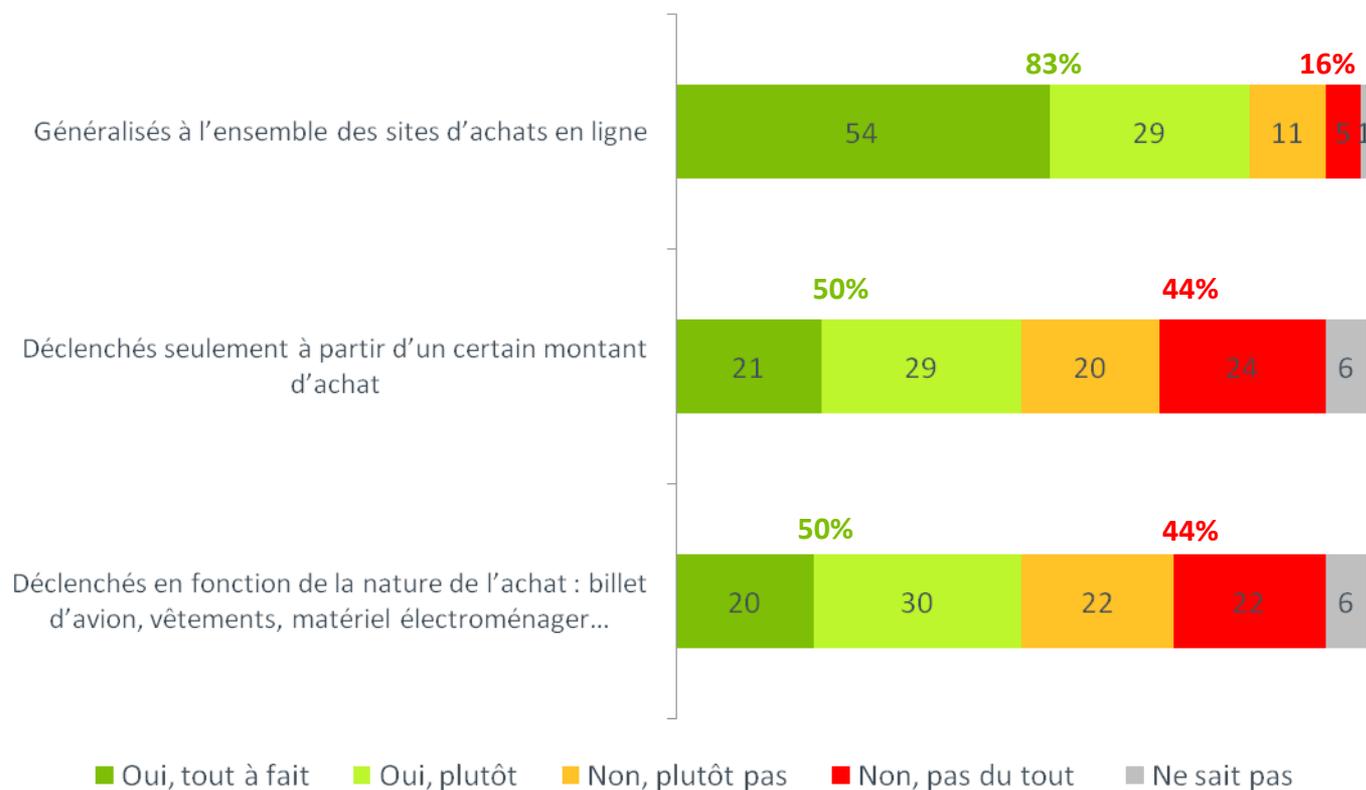


# Les attentes en termes de développement de ces dispositifs et de communication

# Les attentes à l'égard du développement de ces dispositifs

Souhaitez-vous que ces dispositifs soient ... ?

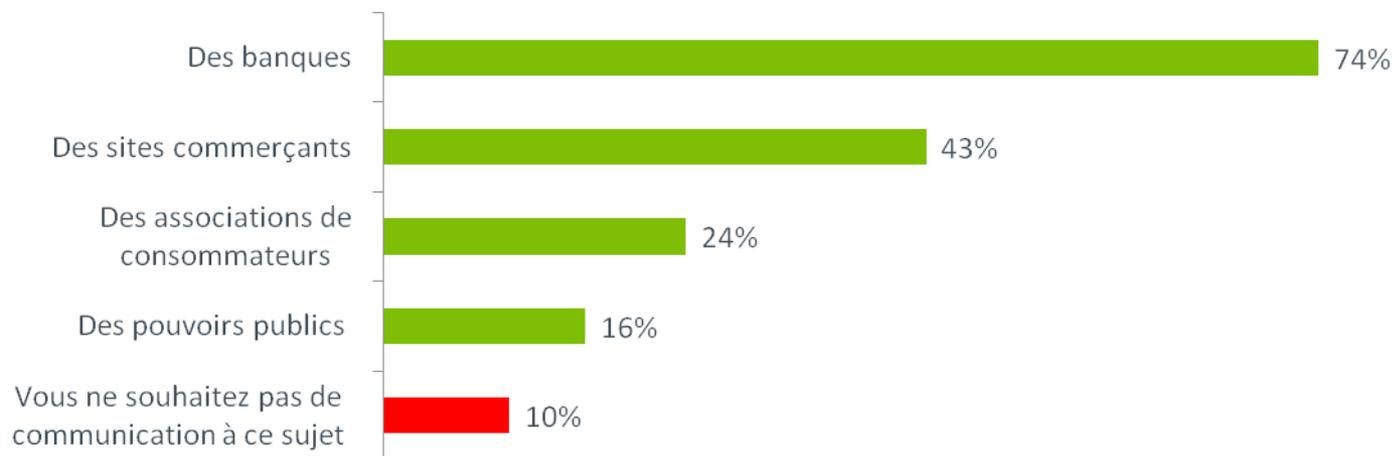
Base : Ensemble des utilisateurs d'au moins un dispositif  
(soit 50% des cyberacheteurs)



# Les utilisateurs souhaitent avant tout une communication de la part des banques

*Souhaiteriez-vous qu'une communication soit mise en œuvre sur ces nouveaux dispositifs de la part ... ?*

*Base : Ensemble des utilisateurs d'au moins un dispositif  
(soit 50% des cyberacheteurs)*



*Total supérieur à 100, les individus ayant pu donner deux réponses*