

L'argent, la consommation et les plateformes de paiement à Paris



ECONOMIES
MORALES



INFRASTRUCTURES ET
CIRCULATION DE L'ARGENT



TRANSACTIONS
DIGITALES



CONCLUSIONS



INTRODUCTION

UNE PREMIÈRE EXPLORATION



Le Centre de Recherche Ethnographique d'Ipsos France a mené un projet pilote utilisant l'observation ethnographique filmée.

L'objectif était de débiter une réflexion sur les points structurants dans la relation des français à l'argent et d'analyser des dynamiques microéconomiques, ainsi que les acteurs qui y jouent un rôle actif.

Au travers de 5 journées passées avec des participants d'île de France, nous avons pu commencer l'observation des dynamiques propres à l'univers bancaire et aux échanges monétaires :

- Nous les avons suivi pendant une journée type, incluant des achats.
- Nous avons regardé leurs objets et décodé leurs valeurs : émotionnelle, financière, matérielle.
- Et nous avons discuté avec eux de la façon dont ils/elles gèrent leurs économies.



NOS PARTICIPANTS

NOUS AVONS RENCONTRÉ :



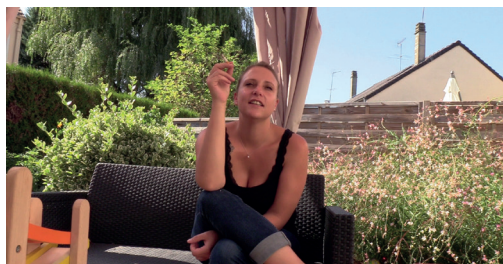
BB

Florent, 29 ans. Il habite Vanves, avec sa femme. Il souhaiterait acheter un appartement mais ne sait pas trop comment s'y prendre. Il garde une certaine méfiance au moment d'utiliser des nouvelles technologies pour faire des achats, mais il trouve que ces outils peuvent être très pratiques.



BB

Joël, 38 ans célibataire, habite le nord de Paris. Il est très au courant des nouvelles technologies, mais il pense que l'objectif de ces outils c'est d'inviter « à la surconsommation ». Cependant, il regarde très souvent une application pour suivre les dernières sorties de Nike.



BB

Louise, 33 ans, habite une grande maison à Jouars Pontchartrain avec sa fille. Elle fait toutes ses courses sur internet et paye sur une borne avec son portable. Même si elle se dit technophile, elle aime suivre toutes ses entrées et sorties d'argent sur un grand document Excel.



BB

Isabelle, 43 ans, habite le nord-est parisien. Elle habite avec son compagnon et ses trois enfants avec qui elle partage son énorme collection de chaussures. Elle aime beaucoup partir en vacances avec sa famille, même si ça implique de réajuster le budget personnel.



BB

Reza, 35 ans, habite Saint-Ouen avec sa compagne. Il n'aime pas avoir de la monnaie sur lui. Il aimerait pouvoir tout payer avec son portable, mais trouve que les commerces ne sont pas suffisamment équipés pour cela.



L'ARGENT COMME LIEN SOCIAL



L'argent, cœur des échanges économiques, est un élément important dans l'entretien des relations sociales.



Pour moi le plus important c'est la relation que j'ai avec la personne, plus que le prix de la bière qu'on boit ensemble.

Reza, 35 ans, Saint Ouen.



Avec mes copines on déjeune souvent ensemble. Parfois c'est moi qui paye, parfois c'est une autre. « Chacun son tour » sans que ça soit vraiment « chacun son tour ».

Isabelle, 43 ans, Paris.

L'ARGENT ET LES FORMES DE CONSOMMATION



L'argent, pour consommer mais aussi pour mobiliser ou transmettre des valeurs (comme le sens de l'épargne) ou affirmer un soutien économique (acheter localement auprès de commerçants de proximité, s'inscrire à un supermarché coopératif).



Le père Noël a pu lui offrir sa maison de poupée, et en échange on a décidé des jouets qui allaient à la brocante.

Louise, 33 ans, Jouars Pontchartrain



J'ai acheté ces chaussures à Château Rouge aussi. J'en ai acheté deux ou trois. Ça ne coûte pas cher, mais c'est surtout qu'elles sont très stylées. Beaucoup de gens du quartier les utilisent.

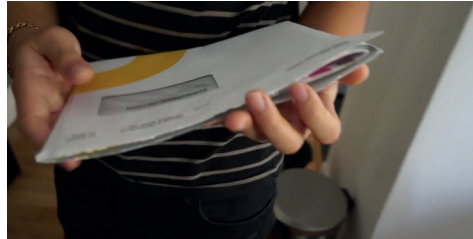
Joël, 38 ans, Paris.



INFRASTRUCTURES ET CIRCULATION DE L'ARGENT

INFRASTRUCTURE ET GÉOGRAPHIE DE L'ARGENT : LA RÉSISTANCE MATÉRIELLE ET L'IMPORTANCE DU TERRITOIRE.

Les normes culturelles et le manque d'infrastructures peuvent devenir des freins au changement.



Même si les participants souhaitent tenter de nouveaux moyens de paiements, parfois les commerçants ne peuvent pas leur offrir ces alternatives.



Parfois il y a des commerçants qui prennent pas la carte, donc je prends du liquide sur moi.

Florent, 29 ans, Vanves.

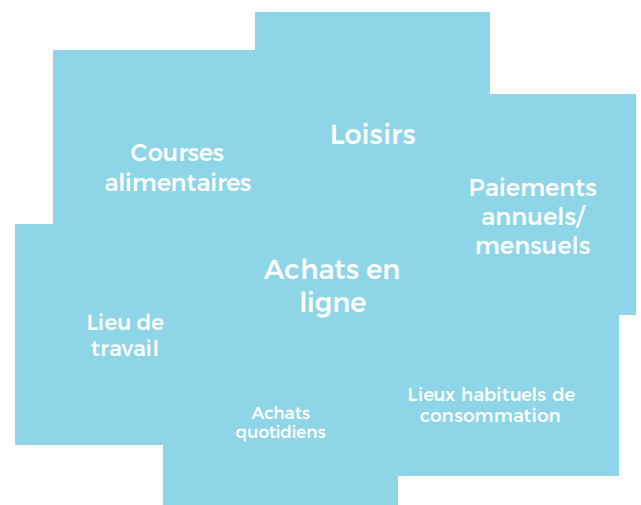
Le contexte culturel montre qu'il y a des formes de paiement très ancrées dans les pratiques quotidiennes des français (payer en espèce ou chèque bancaire par exemple).

INFRASTRUCTURES ET CIRCULATION DE L'ARGENT : GÉOGRAPHIE DE L'ARGENT

Un des constats est le degré de régularité élevé dans les dépenses de nos participants.

Ils privilégient des endroits spécifiques pour des raisons de praticité ou de commodité.

Cette régularité permet d'être prévoyant et d'adapter le type de paiement par rapport au type de commerce qu'ils vont cibler.



En sortant du bureau je passe chercher les courses à Leclerc. C'est à côté. Sur le chemin, je récupère ma fille et on achète le gouter à Intermarché.

Louise, 33 ans, Jouars Pontchartrain.



C'est là où j'achète mon tabac, sauf que pour payer par carte, c'est 20€ minimum. Donc, je dois retirer de l'argent.

Reza, 33 ans, Saint-Ouen.



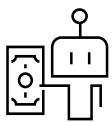
En rentrant du boulot, quand il fait beau, je m'arrête ici pour m'acheter une bière et la boire en marchant. C'est pour ça que j'ai de la monnaie sur moi.

Joël, 29 ans, Paris.

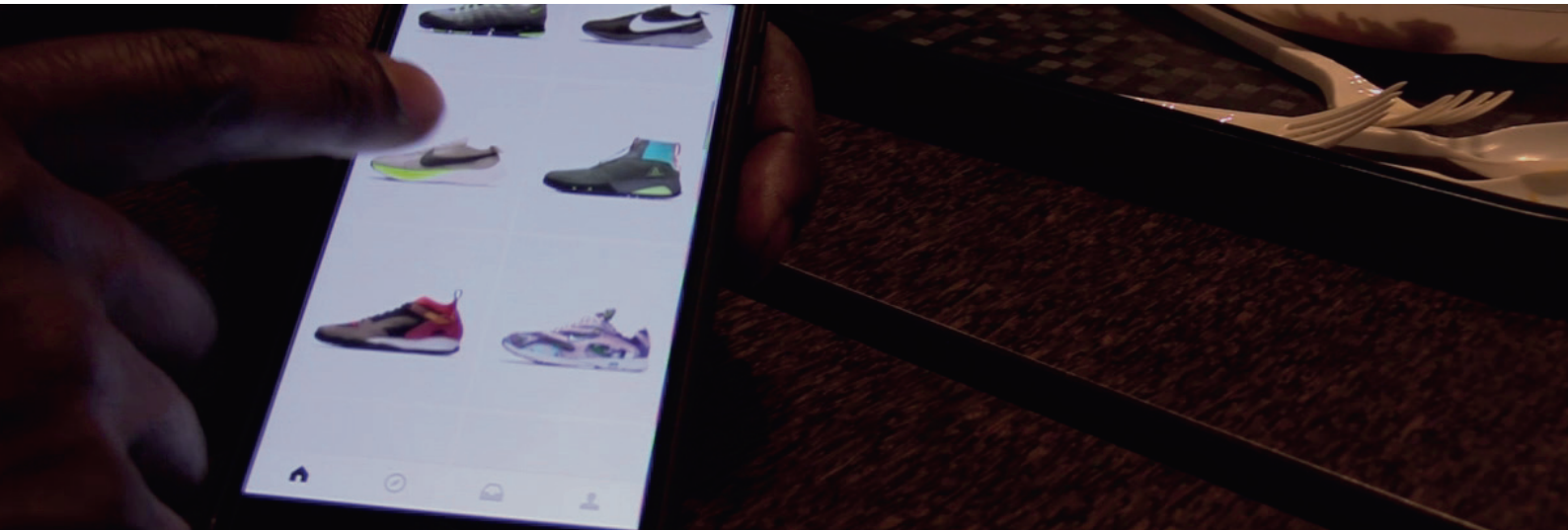


Sur le moment je vais retirer beaucoup parce que je savais qu'au bar ils prenaient pas la carte.

Florent, 29 ans, Vanves.



UNE ÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE QUI EXACERBE LES ATTENTES



TEMPS

Il faut que ça prenne le moins de temps possible



SÉCURITÉ

Il faut que la sécurité du paiement soit élevée



CLARETÉ

Le processus de paiement doit être clair

**Personne n'apprécie passer du temps à se souvenir et rentrer des mots de passe !
Mais bien que l'attente de simplification soit forte, il n'en est pas moins important que les standards de sécurité doivent être élevés.**

Les attentes d'UX ne sont pas négligeables non plus : l'interface doit être claire et facile d'utilisation.

Un défi pour les acteurs bancaires dans le développement de nouvelles formes d'identification via l'IA, la reconnaissance faciale et biométrique.

Des développements qui doivent accompagner les changements rapides de gestuelles et de navigation des nouvelles générations.



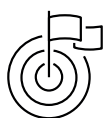
Trop de mot de passe tue le mot de passe. Trop de sécurité tue la sécurité. Je ne sauvegarde jamais mes mots de passe, on sait jamais.

Joël, 38 ans, Paris.



Je ne sais jamais comment ça marche. Parfois je reçois un SMS pour confirmer l'achat, parfois non. C'est bizarre.

Florent, 31 ans, Vanves



LES OPPORTUNITÉS DE RECHERCHE ETHNOGRAPHIQUES IDENTIFIÉES



Les normes culturelles peuvent être fortement ancrées : jusqu'à quel point ces pratiques sont intégrées ? À quel degré elles peuvent être un obstacle pour de nouveaux services ? Sur quoi ces normes culturelles sont-elles fondées ?

Les banques françaises peuvent entretenir des relations étroites avec leurs clients, surtout sur les projets à long terme : comment aller plus loin et développer des outils plus quotidiens ?



Comment les plateformes de paiement peuvent répondre aux contraintes matérielles et aux contraintes culturelles ?

Comment répondre au besoin de suivi financier des clients dans leur quotidien et comment les aider à épargner plus simplement ?

Comment répondre à l'écart entre des services bancaires classiques, proposés par les commerces et les nouvelles plateformes et outils de paiement ?

Quelle géographie de l'argent ? Quelles échelles de circulation monétaire et quel impact sur le développement de nouveaux modes de paiement ?

CONTACTEZ-NOUS POUR EN SAVOIR D'AVANTAGE ET INITIER UNE RECHERCHE ETHNOGRAPHIQUE !



DELPHINE SAJAT

Directrice du Centre d'Excellence
Ethnographique en France

delphine.sajat@ipsos.com



VICTOR PINEDA

Anthropologue au Centre d'Excellence
Ethnographique en France

victor.pineda@ipsos.com



Ipsos ECE

