

Galitt PayObserver 2022

Pan European Results

JUNE 2022



* Passiönémént, paiement

Passion for payments

 **galitt**
a Sopra Steria company

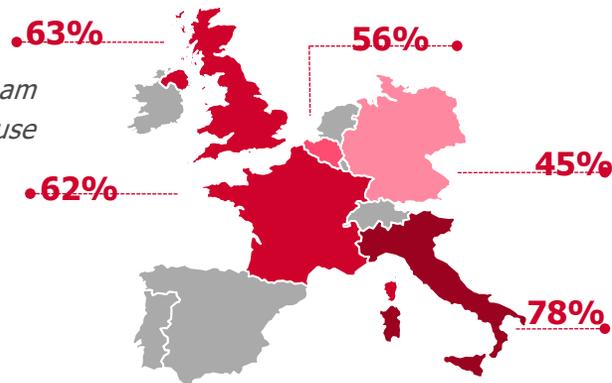
Awareness of Crypto is much higher than usage

.....But uptake is still significant amongst Gen Z who are looking at Crypto as their future wealth generator.

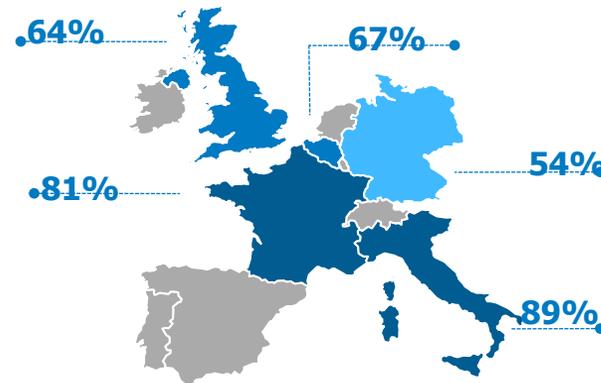
Which of the following statements best describes your approach to cryptocurrencies? Please choose one answer.

Awareness all age groups

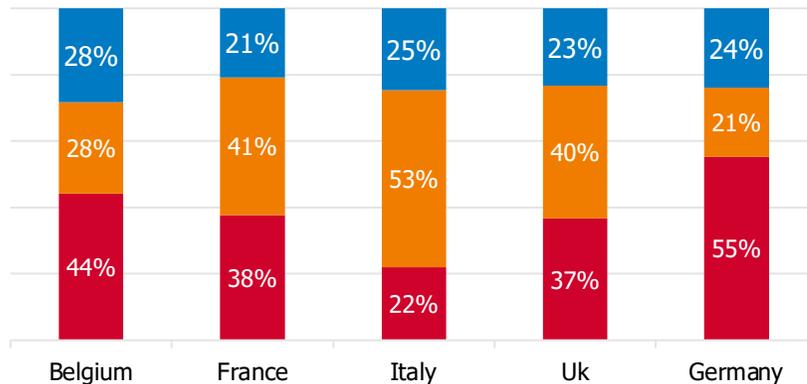
I use Crypto + I am aware but don't use



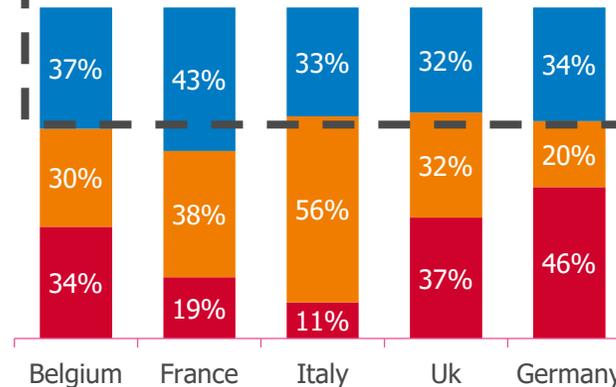
Zoom on 18 - 25



Usage All ages



18-25



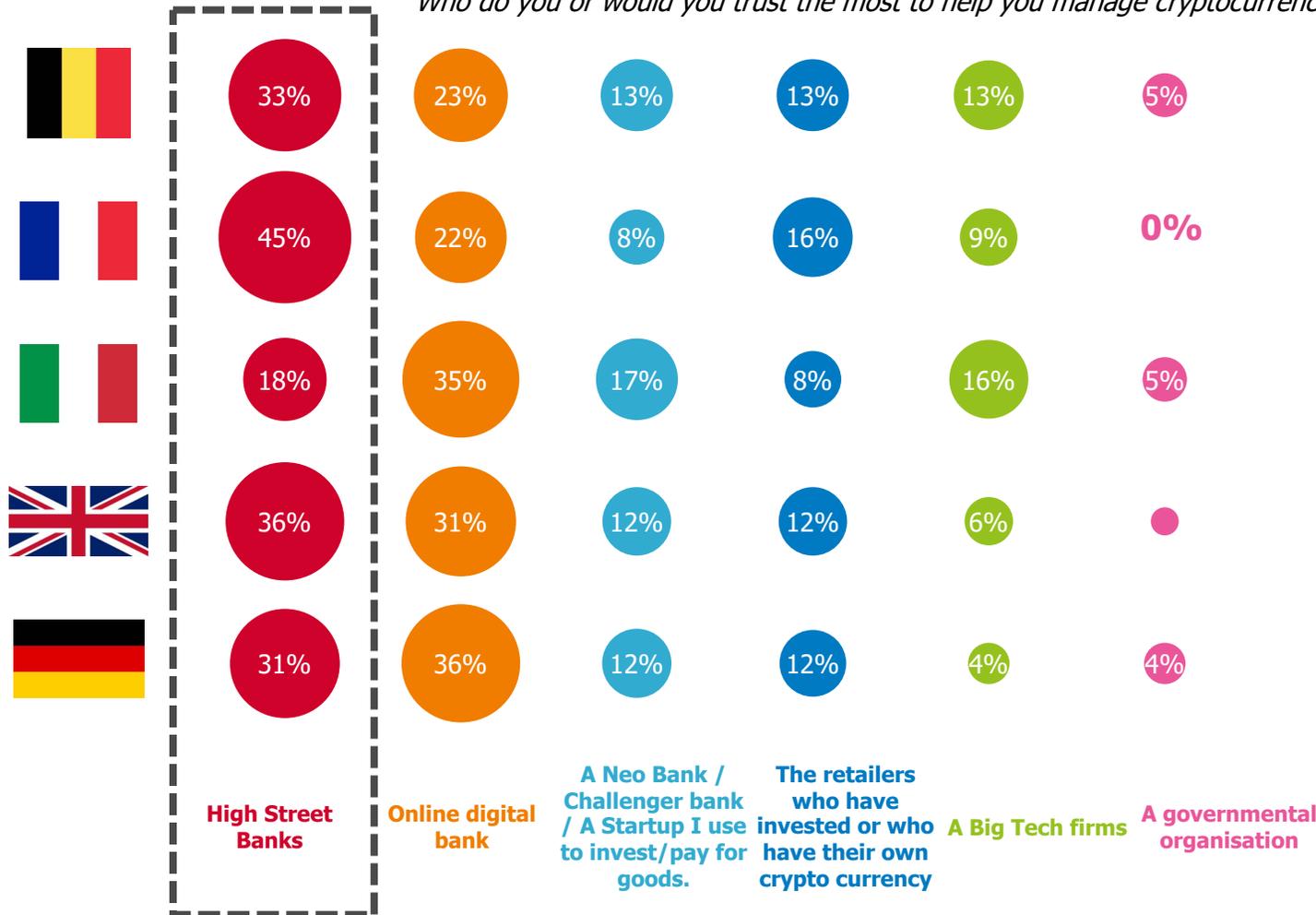
There is rather high awareness of crypto amongst consumers, especially in Italy. Beginning 2022, the Italian Ministry of Economy and Finance ("MEF") issued a new decree ("Decree") requiring that virtual asset/currency service providers to enroll special section of the register, with the aim of monitoring cryptocurrency exchanges and implementing anti-money laundering controls. This initiative has likely brought the subject on the media forefront

There is still a high proportion of consumers that don't know anything about crypto, especially in Germany and Belgium, however those are also the countries with the highest proportion of customers having bought crypto to try. Hence, we expect the number of consumers that want to try, to increase in these countries

Surprisingly, the banks are the most trusted partner for cryptos

Even though the whole concept is about bypassing centralization

Who do you or would you trust the most to help you manage cryptocurrencies? (of those that are interested in Crypto)




HIGH STREET BANKS AS TRUSTED PROVIDER FOR CRYPTO MANAGEMENT

- In all countries, high street banks are the trusted institution when it comes to managing cryptocurrencies, with the exception of Italy. Crypto management is still unregulated in Italy, giving online digital banks and neo banks the leeway to occupy this space
- Governments are largely considered unsuitable to help customers manage crypto

Galitt PayObserver 2022

Résultats France

JUIN 2022



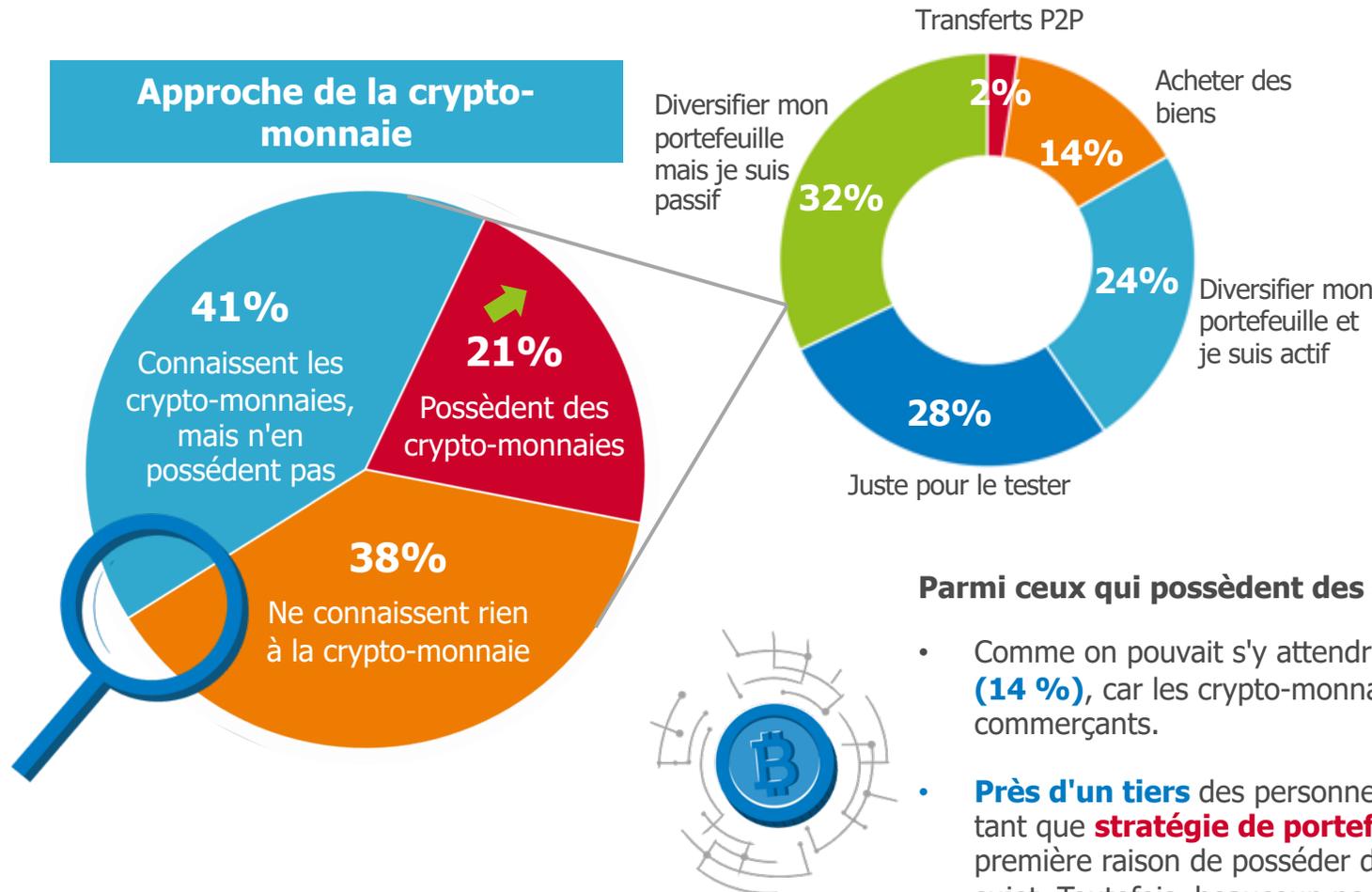
* Passiônnément paiement

Passion for payments

 **galitt**
a Sopra Steria company

Sans surprise, la majorité des personnes interrogées ne possèdent aucune crypto-monnaies

Les crypto-monnaies sont principalement considérées comme des investissements



Ces dernières années, les acteurs du secteur des crypto-monnaies ont été actifs dans leurs campagnes auprès des consommateurs et nous pouvons constater un **niveau de sensibilisation décent : 41 %** des personnes interrogées confirment qu'elles savent ce que sont les crypto-monnaies. Par conséquent, au moins du point de vue de la sensibilisation, la majorité de la population n'est plus dans l'ignorance des crypto-monnaies.

Parmi ceux qui possèdent des crypto-monnaies :

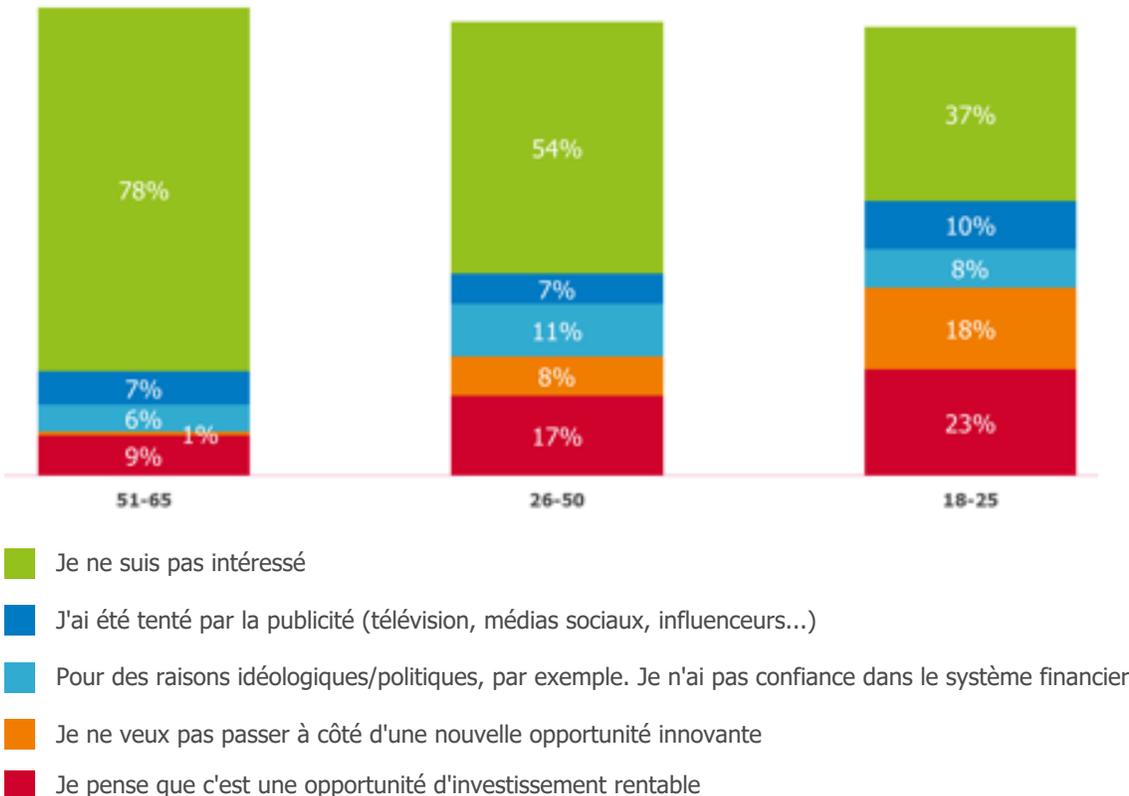
- Comme on pouvait s'y attendre, le **paiement de biens** ne figurent pas en tête de liste (**14 %**), car les crypto-monnaies ne sont pas encore largement acceptées par les commerçants.
- **Près d'un tiers** des personnes interrogées ont cité l'utilisation des crypto-monnaies en tant que **stratégie de portefeuille (investissement à long terme)** comme la première raison de posséder des crypto-monnaies, mais elles affirment être passives à ce sujet. Toutefois, beaucoup ne font que tester les crypto-monnaies (**28%**).

La Génération Z considère les crypto-monnaies comme un moyen de diversifier leur portefeuille...

... et ils ont bon espoir quant à leur rentabilité malgré leur forte volatilité



Principales raisons de s'intéresser aux crypto-monnaies



Les crypto-monnaies étaient autrefois possédées par les « anticonformiste » du système financier, mais cet état d'esprit est moins le cas aujourd'hui pour les consommateurs.



La publicité pour les crypto-monnaies a explosé l'année dernière, mais le nombre de personnes interrogées indiquant avoir été influencées par des campagnes publicitaires est relativement faible par rapport aux raisons d'investissement ou à l'innovation. Cependant, nombre de ces campagnes publicitaires en France **s'attaquent** souvent directement **aux faibles rendements des comptes d'épargne** des banques, de sorte que la publicité peut être plus influente que ce que les consommateurs peuvent le percevoir.

2/3 des consommateurs français aimeraient payer avec des crypto-monnaies...

... pour l'achat de biens numériques et pour les achats en ligne



Les commerçants n'ont pas encore largement adopté l'acceptation des crypto-monnaies comme moyen de paiement. Après tout, cela déplacerait le risque de volatilité vers le commerçant.



Les consommateurs, quant à eux, semblent davantage prêts à payer des biens avec des crypto (68%) que les commerçants. Les biens numériques prennent la tête, en particulier chez la Génération Z, ce qui n'est pas surprenant car les jeux en ligne sont déjà en avance sur les autres industries en matière d'acceptation des crypto.

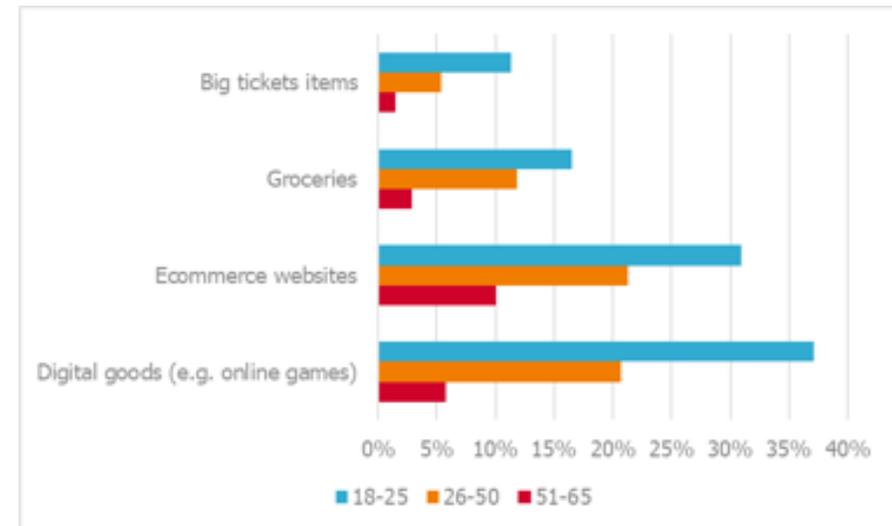


Il est difficile d'évaluer à quelle vitesse la crypto-monnaie deviendra un moyen de paiement courant, car de nombreux facteurs entrent en jeu (volatilité, monnaies numériques concurrentes telles que les stablecoins et les monnaies numériques des banques centrales, etc.). Une chose est claire, **à mesure que la Génération Z continue d'augmenter son pouvoir d'achat, il est probable qu'elle acquerra davantage de crypto** et sera plus exigeante quant à son utilisation pour les paiements et pour les investissements.

Intéressé par le paiement de marchandises en crypto-monnaie ?



Pour acheter quels biens ?



Le PayObserver dans son intégralité est téléchargeable à ce lien : www.galitt.com/en/pay-observer-galitt-2022/

Passion for payments


a Sopra Steria company