INFORMACJA PRASOWA

Większość polskich konsumentów korzystała już z płatności cyfrowych

* ***Konsumenci czują się coraz bezpieczniej korzystając z płatności cyfrowych***
* ***Płatności cyfrowe Visa gwarantują najwyższy możliwy poziom bezpieczeństwa, zapewniając jednocześnie pełną wygodę***

**Warszawa, 30 listopada 2017 r.** – Jak pokazują wyniki badania Digital Payments Study1 przeprowadzonego na zlecenie Visa, większość zapytanych Polaków (69%) korzystała już z płatności cyfrowych – portfeli elektronicznych, usług umożliwiających zapisanie danych karty w sklepie internetowym czy płatności mobilnych. Spada również odsetek badanych, dla których barierą w dokonywaniu płatności cyfrowych jest obawa o ich bezpieczeństwo (z 63% w 2016 r. do 59% w tym roku). Ponad połowa konsumentów z tej grupy (53%) czułaby się bezpieczniej wiedząc, że dane wykorzystywane przy płatnościach nie zostaną ujawnione osobom nieuprawnionym. Takie bezpieczeństwo zapewnia tokenizacja Visa, a także wielopoziomowy system zabezpieczeń czuwający nad płatnościami online.

W tym roku wdrożono w Polsce Visa Checkout – rozwiązanie ułatwiające płatności online z poziomu dowolnego urządzenia, również mobilnego. Rozwinęły się także płatności mobilne – od 2016 r. kilka polskich banków udostępniło użytkownikom kart Visa możliwość korzystania z aplikacji Android Pay. Wyniki badania pokazują równoległy wzrost wśród konsumentów poczucia, że płatności cyfrowe są dziś wygodniejsze niż przed rokiem – uważa tak niemal dwie trzecie badanych (62%).

„Mamy świadomość tego, że konsumenci doceniają coraz większą wygodę płatności cyfrowych, ale jednocześnie potrzebują pewności co do ich bezpieczeństwa. Wdrażana w Polsce na szeroką skalę tokenizacja Visa oraz udostępnienie usługi Visa Checkout zwiększa bezpieczeństwo płatności – niezależnie od tego, czy mówimy o płaceniu zbliżeniowo za pomocą smartfona, czy dokonywaniu zakupów online” – komentuje Adrian Kurowski, dyrektor Visa w Polsce. „Rozwiązania Visa zapewniają bardzo wysoki poziom bezpieczeństwa płatności cyfrowych przy jednoczesnym dbaniu o ich szybkość oraz o wygodę konsumentów” – dodaje.

Tokenizacja Visa czuwa nad bezpieczeństwem mobilnych płatności zbliżeniowych z wykorzystaniem Android Pay, wdrożonego już w Polsce przez Bank Zachodni WBK, eurobank, mBank i Nest Bank, a także nad takimi płatnościami w ramach rozwiązania własnego Banku Millennium. Dzięki tokenizacji wrażliwe dane karty Visa pozostają niedostępne w procesie przetwarzania danych transakcji – zastępuje je token płatniczy, czyli specjalny identyfikator złożony z ciągu cyfr. Ponad połowa badanych (55%) stwierdziła, że szyfrowanie danych dałoby im poczucie bezpieczeństwa.

W ramach badania Digital Payments Study zapytano również konsumentów o ich stosunek do udostępniania danych płatniczych stronom trzecim – aż 82% konsumentów ma przed tym obawy. Rozwiązaniem, dzięki któremu mogą czuć się bezpiecznie, jest Visa Checkout. W usłudze swoją kartę użytkownik zapisuje tylko raz, podczas rejestracji – następnie płaci za zakupy w sklepach online już tylko przy pomocy podania loginu i hasła do Visa Checkout. Dane karty nie są udostępniane sklepowi, w którym konsument dokonuje zakupów, a nad bezpieczeństwem transakcji czuwa wielopoziomowy system zabezpieczeń wykorzystujący m.in. usługę 3D-Secure.

„Obserwujemy obecnie globalny proces przechodzenia z technologii analogowych do technologii cyfrowych. Kształtując przyszłość handlu nieustannie dbamy o to – wykorzystując innowacje, technologię i doświadczenie najlepszych specjalistów – aby system płatniczy Visa był jak najlepiej zabezpieczony, zapewniając konsumentom swobodny dostęp do szybkich wygodnych i bezpiecznych płatności cyfrowych z dowolnego miejsca na świecie” – podsumowuje Adrian Kurowski, dyrektor Visa w Polsce.

###

1 Badanie Digital Payments Study zostało zrealizowane na zlecenie Visa przez agencję Populus w okresie czerwiec-lipiec 2017 r. w 22 europejskich krajach: Austrii, Belgii, Bułgarii, Czechach, Danii, Finlandii, Francji, Grecji, Hiszpanii, Holandii, Irlandii, Izraelu, Niemczech, Norwegii, Polsce, Portugalii, Słowacji, Szwecji, Szwajcarii, Turcji, Wielkiej Brytanii i we Włoszech. Liczebność próby: 42 308 konsumentów, średnio ok. 2 tys. na kraj.

**O Visa Inc.**

Visa Inc. (NYSE: V) to światowy lider płatności cyfrowych. Naszą misją jest połączenie całego świata za pośrednictwem najnowocześniejszej, niezawodnej i bezpiecznej sieci płatniczej, wspierając tym samym rozwój ludzi, firm i całej gospodarki. Nasza nowoczesna globalna sieć przetwarzania danych transakcji – VisaNet – umożliwia dokonywanie bezpiecznych i skutecznych płatności na całym świecie i może przetwarzać w ciągu sekundy ponad 65 tys. operacji. Niesłabnący nacisk, jaki firma kładzie na innowacyjność, sprzyja szybkiemu wzrostowi handlu z wykorzystaniem wszelkich urządzeń połączonych z internetem, a także realizacji wizji przyszłości bezgotówkowej – dla każdego i w każdym miejscu. Wraz
z ogólnoświatowym procesem przechodzenia z technologii analogowych na cyfrowe, Visa angażuje swoją markę, produkty, specjalistów, sieć i zasięg, by kształtować przyszłość handlu. Więcej informacji znajduje się na stronach [www.visaeurope.com](http://www.visaeurope.com) i [www.visa.pl](http://www.visa.pl), na blogu [vision.visaeurope.com](https://vision.visaeurope.com/) oraz na Twitterze [@VisaInEurope](https://twitter.com/VisaInEurope) i [@Visa\_PL](https://twitter.com/VISA_PL).

**Kontakt:**

Maciej Gajewski, Message House Agencja PR

tel. 22 119 78 45

e-mail: maciej.gajewski@messagehouse.pl, biuro@messagehouse.pl