informacja prasowa

Raport Visa: Polacy otwarci na innowacyjne płatności, również z wykorzystaniem biometrii

* ***Prawie 9 na 10 Polaków dokonało już płatności zbliżeniowej***
* ***88% korzystających z takich płatności wierzy, że w ciągu trzech lat będzie płacić za pomocą urządzeń mobilnych***
* ***Rośnie zaufanie do autentykacji za pomocą biometrii – za bezpieczną uważa ją 83% badanych***

**Warszawa, 13 lutego 2018 r.** – Jak pokazują wyniki raportu *Digital Payments Study 2017*1 przygotowanego na zlecenie Visa*,* polscy konsumenci są otwarci na nowoczesne płatności cyfrowe, w tym biometrię. Według badania, już 86% z nich dokonało płatności zbliżeniowej (wzrost o 5 p.p. w ciągu 12 miesięcy). Niemal 90% z tej grupy sądzi z kolei, że w ciągu trzech lat zapłaci smartfonem – ogromna większość czułaby się bezpiecznie, gdyby do autoryzacji takiej transakcji wykorzystano rozwiązania biometryczne.

Konsumenci, którzy płacą już zbliżeniowo, chętniej wykorzystują swoje urządzenia mobilne do bankowania online (71% wskazań) czy przesyłania pieniędzy swojej rodzinie i znajomym (46%), niż osoby, które z takich płatności nie korzystają. Są oni też optymistycznie nastawieni do innowacyjnych metod płatności – 88% z nich wierzy, że w ciągu następnych trzech lat będzie płacić za pomocą urządzeń mobilnych. Konsumenci płacący zbliżeniowo uważają również, że płatności mobilne są obecnie wygodniejsze (63% wskazań) i bezpieczniejsze (47%) niż jeszcze rok temu.

Wraz z rosnącą popularnością innowacyjnych rozwiązań płatniczych, rozwijają się również nowoczesne metody autentykacji – jedną z nich jest biometria, która już dzisiaj budzi duże zaufanie konsumentów. 83% z nich uważa, że jest ona bezpieczną formą uwierzytelnienia (wzrost o 23 p.p. w stosunku do ubiegłorocznej edycji raportu). Wśród konsumentów, którzy płacą zbliżeniowo, odsetek ten jest nieco wyższy i wynosi 85%. Skanowanie odcisku palca oraz tęczówki oka zostały wskazane przez Polaków jako te metody autentykacji biometrycznej, z których skorzystaliby najchętniej podczas robienia zakupów. Skanowanie odcisku palca jest również postrzegane jako najbezpieczniejsze rozwiązanie – za takie uważa je 74% badanych. 41% pytanych Polaków deklaruje, że skorzystałoby z rozwiązań biometrycznych podczas zbliżeniowego płacenia w sklepie za towary lub usługi.

„Z wyników naszego badania płynie jasny wniosek – płatności zbliżeniowe otworzyły Polaków na nowe, innowacyjne metody płacenia. Kolejnym etapem będzie upowszechnienie się płatności mobilnych, które już teraz bardzo dynamicznie zyskują uznanie konsumentów” – mówi Adrian Kurowski, dyrektor Visa w Polsce. „W Visa nieustannie pracujemy nad tym, aby nowoczesne płatności cyfrowe mogły zawsze i w dowolnym miejscu być dla ich użytkowników szybkie, wygodne i bezpieczne” – dodaje Adrian Kurowski.

Nad tworzeniem innowacyjnych rozwiązań dla całego polskiego rynku płatniczego pracuje warszawski Inkubator Innowacji Visa, który powstał we współpracy z bankami oraz agentami rozliczeniowymi. Eksperci Inkubatora pracują obecnie m.in. nad rozwiązaniami wspierającymi wprowadzanie terminali przez małych i średnich przedsiębiorców oraz tworzeniem wartości dodanej dla koncepcji e-paragonu. Wśród głównych obszarów działalności Inkubatora znajdzie się również autentykacja, w tym biometria.

„Mamy nadzieję, że z rynkowych rozwiązań wypracowanych przez sieć centrów i studiów innowacji Visa – włącznie z naszym warszawskim Inkubatorem – skorzysta cała polska gospodarka. Otwartość i gotowość konsumentów do adaptowania nowych cyfrowych metod płatności stwarza ogromną szansę ku temu, aby Polska wzmocniła swoją pozycję jednego z liderów innowacji płatniczych w Europie” – podsumowuje Maciej Maciejewski, dyrektor Inkubatora Innowacji Visa.

###

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