

București, 30 iulie 2018

## Europenii mai atenți la metodele alternative de plată online

- **Unul din șase (16%) consumatori din Regatul Unit și SUA fac cumpărături online cel puțin o dată pe săptămână.**
- **Cei din Belgia, România și Franța cheltuiesc online cu frecvența cea mai redusă.**
- **În magazine, europenii fac 92% dintre plăți cu numerar, cu card de debit sau cu cel de credit, însă devin mai atenți la opțiunile de plată online.**

Numărul posesorilor de telefoane inteligente și accesul îmbunătățit la internet a determinat un număr tot mai mare de europeni să folosească telefonul în relația cu banca, pentru cumpărături sau plăți. Spre exemplu, procentul celor care folosesc telefonul pentru banking a crescut în ultimul an de la 48% la 61% în Europa.

În ceea ce privește cumpărăturile online, locuitorii din Regatul Unit și SUA sunt cei mai prolifici cumpărători în comparație cu consumatorii din Europa și Australia.

În general, peste trei sferturi din populația din Regatul Unit (77%) cumpără online cel puțin o dată pe lună - cu 10% mai mult decât media europeană de 67%. La cealaltă extremă, se află belgienii, românii și francezii, care aleg să cumpere cel mai rar online.

Acestea sunt concluziile celui de-al șaselea studiu anual internațional efectuat de ING cu privire la serviciile bancare mobile - *Cum preferați să plătiți?* - care a urmărit comportamentul și atitudinile a aproape 15.000 de persoane din 13 țări din Europa, precum și din SUA și Australia.

Când vine vorba de cumpărăturile în magazin, europenii fac 92% dintre plăți cu numerar, cu card de debit sau cu cel de credit. Însă în cazul cumpărăturilor online, consumatorii au din ce în ce mai multe modalități de plată, care le oferă experiențe diferite.

### Tot mai multe opțiuni de plată online

42% dintre europeni aleg să își plătească cumpărăturile imediat, prin cadrul de debit sau credit, 32% aleg PayPal, 11% preferă să plătească la livrare și 11% aleg soluții locale de plată. Deciziile sunt motivate fie de comoditate, de securitate sau compatibilitatea dispozitivelor folosite la achiziție sau prezența unor comisioane. Totodată, raportul arată și că în România procentul celor care cumpără online, dar preferă să plătească cu numerar sau card la livrare este de 46%.

În timp ce popularitatea diferitelor metode de plată variază în funcție de țară, tehnologiile alternative încep să dobândească mai mult teren. Dintre acestea, cea mai acceptată per ansamblu este PayPal, cu numai 13% dintre respondenți declarând că nu vor utiliza niciodată acest serviciu online.

Cu toate acestea, studiul arată că alți giganți online, cum ar fi Amazon, Google și Apple, au de lucrat pentru a concura cu PayPal. În Europa, 25%, 31% și, respectiv, 32% declară că nu îi vor folosi niciodată pentru plata de bunuri și servicii, în magazine sau online. Vestea este chiar mai proastă pentru Facebook: jumătate dintre europeni (52%) declară că nu ar folosi niciodată această platformă pentru plăți.

## Controlul banilor pe termen scurt

Pentru a-și gestiona mai bine banii, consumatorii ar aprecia mementouri sau notificări legate de operațiunile lor, care i-ar informa dar nu le-ar restricționa deciziile. Spre exemplu, 80% dintre europeni apreciază informările cu soldul contului actualizat după o plată, iar pe 76% i-ar ajuta să primească notificări după fiecare plată peste o anumită sumă setată.

Pe de altă parte, europenii pun mai puțin preț pe notificările privind cheltuielile săptămânale și mementouri privind obiectivele financiare pe termen lung. Știința comportamentală arată că oamenii tind să acorde mai multă atenție notificărilor ce vizează un termen scurt în defavoarea rezultatelor pe termen lung și este posibil ca aceste imbalduri să ajute oamenii să se simtă mai încrezători în deciziile lor.

**James Knightley, Economist Internațional Principal în cadrul ING, a declarat:** *„Magazinele fizice care au rezistat trebuie să se adapteze la obiceiurile și așteptările în schimbare ale consumatorilor, ceea ce include flexibilitatea în modul în care acceptă plățile. Astfel, utilizarea numerarului va continua să scadă și posibilitatea de a utiliza plăți alternative va crește. Cel mai probabil, cardurile de credit și de debit vor beneficia pe termen scurt, însă, pe măsură ce crește gradul de conștientizare a alternativelor, este posibil ca și cota lor de piață să scadă treptat.”*

## Despre studiu

Studiul internațional efectuat de ING în anul 2018 cu privire la serviciile bancare mobile - „Cum preferați să plătiți?” - a fost realizat de Ipsos folosind sondaje aplicate online. Studiul s-a efectuat în cincisprezece țări: Austria, Belgia, Republica Cehă, Franța, Germania, Italia, Luxemburg, Olanda, Polonia, România, Spania, Turcia, Regatul Unit, Australia și Statele Unite ale Americii. Sondajul s-a desfășurat între 26 martie și 6 aprilie 2018. Raportul complet este disponibil accesând [www.economics.com/iis](http://www.economics.com/iis) și [www.slideshare.net/ING](http://www.slideshare.net/ING)

## Pentru mai multe detalii:

Silvia Jalea  
Senior Corporate Communication Specialist  
M: 0745 509 822;  
[silvia.jalea@ing.ro](mailto:silvia.jalea@ing.ro)

ING

ING Bank România este parte a ING Group, instituție financiară internațională globală, care oferă servicii bancare unui număr de peste 34 de milioane de clienți individuali, companii sau instituții din peste 40 de țări. Înființată în 1994, ING Bank România este în prezent o bancă universală, oferind produse și servicii tuturor categoriilor de clienți – companii mari și mici, instituții financiare, mici antreprenori și persoane fizice.

Misiunea ING este aceea de a-i susține pe oameni să fie cu un pas înainte, în viață și în afaceri