

Le micropaiement utilisé pour acheter de la musique dans 20% des cas

Allopass, un des spécialistes français du micropaiement, vient de dévoiler les résultats d'une étude réalisée par l'IFOP pour Hi-media.

Ce mode de rémunération est très apprécié par les *webmasters*, car facile à mettre en œuvre et peu contraignant. Ce critère est également repris par les internautes, puisque **82 % des Français** et 76 % des Américains considèrent que le micropaiement permet d'accéder rapidement aux services souhaités.

En France, **27 %** des utilisateurs y ont recours pour participer à des **jeux** en réseau, ou télécharger des jeux; **24 %** pour télécharger des **documents**; **23 %** pour des **petites annonces** et **plus de 20 %** pour acheter de la **musique**.

Les adeptes de ce mode de paiement effectuent en moyenne **3,4 transactions par mois**. Un chiffre plus bas qu'aux États-Unis, où il atteint les **6 transactions mensuelles**. Allopass explique ce phénomène par la richesse de l'offre outre atlantique et la plus grande ancienneté des services proposés. Notez qu'aux États-Unis, le micropaiement est utilisé à **36 %**

pour la

musique, à 30 % pour l'achat de biens virtuels et à 25 % pour les jeux.

*« Ce premier baromètre souligne clairement ce que nous constatons auprès de nos clients au quotidien », explique **Éric Giordano**, directeur général d'Allopass. « Les secteurs du jeu et des services de la vie quotidienne (petites annonces, presse, informations légales) représentent en effet une forte proportion de nos clients pour qui le micropaiement est aujourd'hui la principale source de revenus, sur un modèle de paiement à l'acte. »*

Reste un domaine où le micropaiement est largement utilisé, et qui est toutefois masqué dans cette étude : le téléchargement de films et images à **caractère pornographique**. Un marché qui dérange ?