

Insights by **VISA**

STAY SECURE

2026

[Côte d'Ivoire]



VISA

Insights by VISA

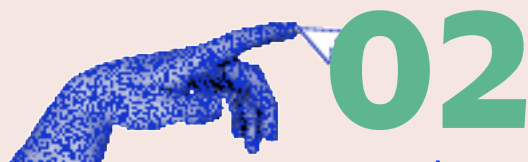
**STAY
SECURE**

2026

Table des matières

01

Résumé

**02**

Les consommateurs adoptent le shopping assisté par l'IA, mais la confiance reste essentielle au moment du paiement.

03

Le commerce social progresse, mais les risques suivent

**04**

Les enfants de plus en plus exposés aux arnaques en ligne

05

Les consommateurs attendent des institutions qu'elles mènent la lutte contre la fraude

06

Conclusion | Méthodologie

VISA

1 0 0 0 0 0 1 0 1 1 0 0 0 1
0 1 0 0 0 0 1 1 0 0 0 0 0 0
1 0 1 0 0 0 0 1 1 1 1 0 1
0 1 1 1 1 1 1 1 0 0 1 0 1
0 0 0 1 1 1 0 1 0 1 1 0 1
0 0 1 0 0 0 1 1 1 0 0 1 0
1 1 0 0 0 1 0 1 1 1 0 0 0
0 1 1 0 0 0 1 1 1 1 0 0 0
0 1 1 0 0 0 1 1 0 0 0 1

Insights by VISA

STAY SECURE

2026

Résumé

L'étude annuelle Stay Secure évalue la sensibilisation et les comportements des consommateurs en matière de commerce digital et de fraude. L'édition de cette année, réalisée par Wakefield Research, met en lumière l'impact croissant de l'IA et du commerce via les réseaux sociaux sur les comportements des consommateurs, dans un contexte où les attentes en matière de confiance et de protection demeurent très fortes. Sur le marché ivoirien, les consommateurs intègrent progressivement l'intelligence artificielle dans leur parcours d'achat, en utilisant des outils d'IA pour comparer les prix, trouver des idées de cadeaux ou encore consulter des avis et évaluations produits. L'attrait est évident : les nouvelles technologies, notamment les solutions basées sur l'IA, rendent les achats en ligne plus rapides et plus simples, tout en influençant la découverte de nouvelles marques et enseignes. Cependant, les consommateurs restent plus prudents lorsqu'il s'agit de laisser l'IA effectuer des transactions en leur nom, ce qui souligne l'importance de renforcer la confiance à l'ère du commerce agentique. À mesure que l'adoption de l'IA progresse, les consommateurs perçoivent de plus en plus cette technologie comme une solution face à la fraude, estimant qu'elle peut faciliter la détection des arnaques aujourd'hui et contribuer à mieux les protéger demain.

Parallèlement, le commerce via les réseaux sociaux s'impose comme un canal majeur. À mesure que les transactions s'étendent à de nouveaux environnements digitaux, les risques de fraude suivent également les consommateurs. L'étude met également en évidence une préoccupation croissante concernant l'exposition des enfants aux arnaques en ligne, notamment dans les univers du gaming et des achats, à mesure qu'ils accèdent plus largement au commerce digital via les applications de paiement mobile et les portefeuilles numériques. En matière de protection contre la fraude lors des achats en ligne, les consommateurs se tournent davantage vers les institutions que vers eux-mêmes. Ils estiment que la responsabilité incombe principalement aux banques et institutions financières, aux autorités publiques et régulateurs, ainsi qu'aux fournisseurs de paiement et aux marketplaces. Ils attendent également des assurances plus proactives, notamment via des alertes en temps réel émises par les banques ou les applications de paiement en cas d'activité suspecte, ainsi que la confiance apportée par la présence de logos reconnus et fiables au moment du paiement.



Insights by VISA

STAY SECURE

2026



Les consommateurs ivoiriens ont déjà utilisé l'IA pour leurs achats, mais la confiance reste décisive au moment du paiement

59%

des consommateurs ont déjà recours à des outils d'IA, notamment pour comparer les prix, trouver des idées de cadeaux ou consulter des avis et évaluations produits

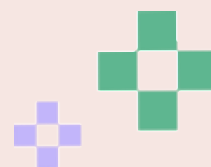
91%

Des répondants considèrent que les nouvelles technologies, y compris l'IA, simplifient et accélèrent l'expérience d'achat en ligne

Cependant, seuls

32%

font confiance à des agents IA pour finaliser un paiement en ligne



Le commerce social progresse, mais les risques suivent

À mesure que le commerce s'étend à de nouveaux canaux, les risques de fraude continuent de suivre les consommateurs en ligne.

76%

des consommateurs ivoiriens ont déjà effectué des achats par le biais des réseaux sociaux

50%

a été confronté à une tentative d'escroquerie financière au cours des 12 derniers mois



72%

des consommateurs ayant été victimes d'une escroquerie affirment que celle-ci s'est produite via les réseaux sociaux loin devant les autres canaux comme les sites web ou les applications de shopping

Insights by VISA

STAY SECURE

2026

1 0 0 0 0 0 1 0
 0 1 0 0 0 0 1 1
 1 0 1 0 0 0 0
 0 1 1 1 1 1 1
 0 0 0 1 1 1 0
 0 0 1 0 0 0 1
 1 1 0 0 0 1 0
 0 1 1 0 0 0 1

Les enfants de plus en plus exposés aux arnaques en ligne

L'étude met également en évidence une inquiétude croissante concernant l'exposition des enfants aux arnaques en ligne, à mesure qu'ils accèdent davantage au commerce digital.

80%

des consommateurs estiment que les enfants ont du mal à reconnaître les arnaques en ligne

29%

des parents en Côte d'Ivoire indiquent que leurs enfants peuvent utiliser des applications de paiement mobile ou des portefeuilles numériques

51%

déclarent avoir été témoins d'une situation où un enfant a été victime d'une fraude lors d'activités de jeu ou d'achat en ligne

Une attente forte envers les institutions pour lutter contre la fraude

Face aux risques, les consommateurs se tournent d'abord vers les institutions.

28%

se tournent vers les fournisseurs de solutions de paiement

46%

se tournent vers les autorités publiques et les régulateurs

35%

se tournent vers les plateformes de vente en ligne

17%

considèrent que cette responsabilité incombe avant tout aux consommateurs eux-mêmes

57%

se disent rassurés par des alertes en temps réel émises par leur banque ou application de paiement en cas d'activité suspecte



Insights by **VISA**

STAY SECURE

2026

Conclusion

L'étude Stay Secure montre que, bien que le commerce en ligne et le commerce social continuent de se développer, les arnaques et les fraudes évoluent elles aussi. Les consommateurs considèrent la lutte contre la fraude comme une responsabilité partagée, mais attendent des institutions financières, des gouvernements et des acteurs du paiement qu'ils jouent un rôle de premier plan, soulignant ainsi l'importance de concevoir des systèmes de paiement sécurisés dès l'origine (secure-by-design).

À mesure que le commerce évolue vers des expériences plus avancées, basées sur l'IA et des agents intelligents, les consommateurs adoptent les bénéfices de l'IA pour faciliter leurs achats, tout en restant prudents lorsqu'il s'agit de laisser ces technologies finaliser des transactions en leur nom. Avec Visa Intelligent Commerce, Visa contribue à façonner la prochaine génération du commerce, fondée sur la confiance, le contrôle et la sérénité.

Méthodologie

L'étude Stay Secure a été commanditée par Visa et réalisée par Wakefield Research entre janvier et février 2026. Elle repose sur une enquête menée auprès de 5 800 adultes âgés de 18 ans et plus, dans 17 marchés de la région CEMEA, incluant Bahreïn, la Côte d'Ivoire, l'Égypte, la Jordanie, le Kazakhstan, le Kenya, le Koweït, le Maroc, le Nigeria, Oman, le Pakistan, le Qatar, l'Arabie saoudite (KSA), la Serbie, l'Afrique du Sud, l'Ukraine et les Émirats arabes unis (EAU).

Clause de non-responsabilité

Ce document est fourni « en l'état » et est destiné uniquement à des fins d'information. Il ne saurait être utilisé comme fondement pour des décisions opérationnelles, marketing, juridiques, techniques, fiscales, financières ou autres. Visa ne formule aucune garantie ni déclaration quant à l'exhaustivité ou à l'exactitude des informations contenues dans ce document, et décline toute responsabilité liée à l'utilisation qui pourrait en être faite. Les informations présentées ne constituent pas un conseil en investissement ni un conseil juridique. Les lecteurs sont invités à solliciter l'avis d'un professionnel qualifié lorsque de tels conseils sont nécessaires.

Certaines illustrations de ce document ont été générées par l'IA


VISA