



**HAL**  
open science

## Fintech et seniors Sud-Coréens : Une étude des facteurs d'acceptation

Sa-Rang Um, Hye-Ri Shin, Young-Sun Kim, Gurvan Branellec, Ji-Yong Lee

► **To cite this version:**

Sa-Rang Um, Hye-Ri Shin, Young-Sun Kim, Gurvan Branellec, Ji-Yong Lee. Fintech et seniors Sud-Coréens : Une étude des facteurs d'acceptation. Innovations - Revue d'économie et de management de l'innovation, 2022. hal-03584620

**HAL Id: hal-03584620**

**<https://audencia.hal.science/hal-03584620>**

Submitted on 22 Feb 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# **Fintech et seniors Sud-Coréens : Une étude des facteurs d'acceptation**

**Sa-Rang UM**

Département Gérontologie, Kyung Hee Université  
umlove91@khu.ac.kr

**Hye-Ri SHIN**

Département Gérontologie, Kyung Hee Université  
ltc.shinhyeri@gmail.com

**Young-Sun KIM**

Département Gérontologie, Kyung Hee Université  
ysunkim@khu.ac.kr

**Gurvan BRANELLEC**

Département Stratégie et Contexte d'Organisation, Brest Business School  
gurvan.branellec@brest-bs.com

**Ji-Yong LEE**

Département Finance, Audencia Business School  
jylee@audencia.com

## **RÉSUMÉ**

Cette recherche a pour but d'explorer les facteurs d'acceptation de la Fintech chez les seniors. Différents courants théoriques traitent les variables qui influencent l'acceptation des innovations technologiques. Le modèle choisi au niveau de cette étude est inspiré du modèle d'acceptation de la technologie (MAT ou, plus fréquemment, TAM pour *Technology Acceptance Model*). Notre modèle inclut les variables de l'utilité perçue, de la facilité d'utilisation, de l'accessibilité, du coût d'accès, de l'esprit d'innovation et de l'incertitude. La validation empirique du modèle a été réalisée à l'aide des méthodes d'équations structurelles sur un échantillon de 457 adultes coréens. Une analyse statistique a été réalisée par les logiciels SPSS 23.0 et AMOS 18. Nos résultats montrent que l'acceptation de la Fintech par les seniors est influencée par l'utilité perçue, la facilité d'utilisation, l'esprit d'innovation et l'incertitude. Toutefois, l'accessibilité et le coût d'accès n'ont pas une influence statistiquement significative sur l'intention d'utilisation de la Fintech. Cette étude a des implications pour les Fintech puisqu'elle peut leur permettre d'adapter leurs solutions à ce segment du marché voire de développer des produits adaptés à cette population (assurance vie en ligne, solutions de gestion de patrimoine et de succession...).

**Mots clés :** Fintech, Acceptation de la technologie, Seniors.

**Codes JELs :** G20, O3, O33

## **Fintech and South Korean Seniors: A Study of Factors Affecting Acceptance of FINTECH**

## ABSTRACT

This paper investigates the determinants of the adoption of Fintech technology by seniors. Technology acceptance models rooted on a diversity of theories. This study uses the technology acceptance model (TAM) as a basis of the theoretical framework. Our model includes the variables of perceived usefulness, ease of use, accessibility, affordability, personal innovativeness and uncertainty. The study used a structural equation method with a sample of 457 Korean seniors. Data was analyzed by using SPSS Statistics and AMOS 18. The findings indicate that individual adoption of Fintech technology is influenced by four variables- perceived usefulness, ease of use, personal innovativeness and uncertainty. However, accessibility and affordability have no statistical significance on the intention to use fintech. This study has implications for Fintechs since it can allow them to adapt their solutions to this market segment or even to develop products adapted to seniors (online life insurance, wealth and succession management solutions, etc.).

**Keywords:** Fintech, Technology Acceptance, Seniors.

**JEL Codes:** G20, O3, O33.

## Introduction

Les entreprises Fintech mobilisent des innovations technologiques afin de proposer des services qui permettent de limiter les opérations de back, middle et front office des institutions financières (Allayannis, Cartwright, 2016 ; Blake *et al.*, 2016). Ces entreprises utilisent à la fois leur structure légère et la technologie pour inventer des nouveaux modèles d'affaires et ainsi rentrer dans des logiques de concurrence ou de coopération avec les banques. Le marché de ces services est en plein développement. La plupart des produits Fintech ont été conçus par et pour des *millennials* (personnes nées entre le début des années 80 et la fin des années 90). Les Fintech s'intéressent à l'heure actuelle à la *silver economy* (ensemble des produits et services à destination des 60 ans et plus<sup>1</sup>) compte tenu de la richesse accumulée par les baby-boomers (1946-1973<sup>2</sup>) qui prennent leur retraite.

La Corée du sud est un terrain d'étude approprié à cette problématique. Le pays est passé, depuis la fin de la guerre de Corée (1950-1953), d'une économie principalement agricole à une économie avec une forte présence d'industries à forte valeur ajoutée (construction navale et automobile ou marché des semi-conducteur). Le pays a donc connu un important développement de ses infrastructures technologiques et numériques (forte pénétration des smartphone, internet haut débit...). Toutefois, une étude conduite par la Banque de Corée en 2018 montre que seules 6,3% des personnes interrogées âgées de plus de 70 ans avaient effectué des transactions financières via les applications mobiles au cours des trois derniers mois, ce qui est bien en deçà des 87% et 76,2% des personnes dans la trentaine et la quarantaine. Dans le même temps le nombre d'agence bancaire en Corée a fortement diminué, en particulier à Séoul et dans les grandes villes ce qui contribue certainement à renforcer l'attrait des services en ligne pour les seniors<sup>3</sup>. Le contexte sanitaire lié à la pandémie de

---

<sup>1</sup> <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/silver-economie-definition#>

<sup>2</sup> Bonnalet *et al.* (2011)

<sup>3</sup> Les douze banques coréennes comptaient 4572 agences en 2020, contre 5297 en 2015 (soit une fermeture de 725 agences). Cela signifie qu'environ 150 agences bancaires sont fermées chaque année.  
<http://www.segyebiz.com/newsView/20210216505614>

covid-19 a également pu renforcer cette ouverture à la digitalisation. Ces enjeux sont donc importants car la part des seniors de plus de 64 ans est à un niveau record en 2019<sup>4</sup> et d'après l'étude de Deloitte (2019), les dépenses des seniors devraient atteindre 763 milliards de dollars en 2030.

Il n'y a pas de consensus scientifique quant à l'âge d'entrée dans la catégorie des seniors car les seniors sont souvent définis de façon subjective par un âge ressenti par l'individu concerné (Guiot, 2006). Les études en gérontologie considèrent toutefois que les individus de plus de 65 ans composent de façon certaine la catégorie des seniors (Clauzel, Riché, 2018). Nous considérons dans cette étude que les seniors sont les individus de plus de 55 ans et nous distinguerons deux sous-catégories ceux de 55 ans à 64 ans qui représenteraient une catégorie d'âge transitionnel et ceux de plus de 65 ans. Les jeunes seniors (50-64 ans) étant plus actifs et financièrement aisés (Senges *et al.*, 2014), ils peuvent s'investir dans des activités de consommation. Pour les seniors plus âgés (65 ans et plus), ils sont dépeints comme des gardiens de sens (*keepers of the meaning*) (Vaillant, Milofsky, 1980).

Il y a beaucoup d'études et de recherches menées sur les Fintech (Kotter, Rathgeber, 2006 ; Mieszala, 2015 ; Christensen *et al.*, 2015 ; Pluchart, 2017) mais peu de travaux qui se concentrent de façon spécifique sur ce segment des seniors. Face aux nouvelles technologies, l'âge semble pourtant être un déterminant essentiel. En effet, on se représente aisément un trentenaire de réaliser des opérations bancaires de son smartphone, un week-end alors qu'il est à l'étranger en vacances. Il est sans doute moins aisé de se représenter dans la même situation une personne qui n'a pas grandi avec Internet (*born digital* ou *digital natives*<sup>5</sup>) et a été habituée à se déplacer pendant les heures ouvrables au sein de son agence bancaire ou à contacter son conseiller pour réaliser les mêmes opérations. Cette personne étant coutumière d'un lien de proximité avec sa banque qu'elle ne retrouvera pas dans les services offerts par les Fintech. Pourtant les seniors ne sont pas en reste s'agissant de cette révolution numérique qui impacte notre société. Si certains souffrent d'illectronisme, d'autres sont connectés et utilisent pleinement les nouveaux services offerts par le numérique à tel point que la littérature les qualifie parfois de « *silver-surfers* » (Clauzel, Riché, 2018).

Il est donc intéressant d'étudier les facteurs qui influent sur la décision des seniors d'utiliser ou non les services offerts par les Fintech. Les Fintech sont présentes sur une gamme très large de services. La classification de BPI France et du Lab (2016), reprise par la littérature (Llorca, 2017), fait ressortir cinq catégories de services : (1) le service de paiement à destination tant des particuliers que des professionnels, (2) les services de banque en ligne, (3) les services d'investissement et de financement, (4) les services de gestion des risques à destination des banques et des entreprises et (5) les services à destination des banques fondés sur le traitement massif de données (relation client, détection des fraudes...). Les Fintech ont commencé à développer une offre spécifique au segment de clientèle des seniors. Ceux-ci vont avoir des besoins similaires : protection de leur patrimoine financier, préparation de la transmission du patrimoine, préservation de l'autonomie... Ces Fintech proposent ainsi des services de rédaction de directives anticipées financières, des algorithmes de détection

---

<sup>4</sup> <https://www.lesechos.fr/monde/asia-pacifique/coree-du-sud-le-vieillissement-de-la-population-sacelere-1162395>

<sup>5</sup> Les *digital natives* ont été définis en 2015 par l'Union Internationale des Télécommunications (UIT) comme une « génération de jeunes hyperconnectés – âgés de 15 à 24 ans ». D'autres définitions ne fixent pas de limites temporelles et envisagent plus largement la maîtrise des « technologies numériques ». Les *digital natives*, selon Palfrey et Gasser (2008) sont ainsi des jeunes nés dans les années quatre-vingt, ayant accès aux technologies numériques et surtout ayant développé des aptitudes, des compétences spécifiques.

d'activités suspectes sur leurs comptes ou même des solutions de financement pour seniors qui ont traditionnellement des difficultés d'accès au crédit.

Notre étude s'intéresse aux services proposés par les Fintechs à destination des particuliers. Parmi ceux-ci nous allons nous focaliser sur les services de paiement qui constituent l'activité bancaire la plus pratiquée par les Fintech. Les Fintechs proposent plusieurs services de paiement à destination des particuliers : le paiement mobile, les transferts internationaux de fonds, les paiements entre particuliers ainsi que les cagnottes en ligne. Ces services ne s'adressent pas de façon spécifique aux seniors. Le choix de les étudier se justifie par la méconnaissance que peuvent avoir les seniors de l'existence d'une offre Fintech « spécialisée ». Notre étude s'intéresse en effet à des seniors qui n'utilisent pas ou peu les technologies Fintech.

La question à laquelle se propose de répondre cette étude est la suivante : Quels sont les facteurs d'acceptation de la Fintech par les seniors ? Afin d'y répondre, la première partie de cet article expose le cadre théorique de l'étude, la deuxième présente le cadre conceptuel du modèle et la méthode d'analyse. Enfin, les deux dernières parties sont consacrées respectivement à la présentation et à la discussion des principaux résultats avant de conclure cette étude en fournissant quelques pistes de recherche susceptibles d'être empruntées ultérieurement.

## **1. L'acceptation des technologies Fintech par les seniors**

### ***1.1. Les facteurs d'acceptation de la technologie***

Nielsen (1994) et Bobillier Chaumon (2013) proposent de classer les différentes approches scientifiques sur l'acceptabilité d'une nouvelle technologie en trois courants.

Celui qui s'intéresse à l'acceptabilité pratique et qui va donc étudier les fonctionnalités offertes, le coût, la compatibilité, la fiabilité ou encore et la facilité d'utilisation. Un courant qui s'intéresse à l'acceptabilité dite sociale en se focalisant sur l'utilisateur et sur sa perception de la technologie ou sur son utilisation de celle-ci. Un dernier courant va étudier l'acceptation dite située qui va s'intéresser aux apports ainsi qu'aux limites d'une technologie dans un contexte d'usage. La technologie n'est pas perçue comme étant fixe mais comme adaptée par l'individu (Dourish, 2003). Ces trois approches sont pertinentes et peuvent s'envisager de façon complémentaire car elles permettent de démontrer l'utilisabilité (acceptabilité pratique), la perception de l'utilisation (en ante ou ex post) ou d'étudier comment la technologie est employée par les individus (utilité située).

Notre étude se focalisera donc sur l'acceptabilité sociale et sur la perception que l'individu va avoir de la technologie. Afin d'étudier les cognitions sociales dans l'acceptabilité des technologies, nous nous fonderons sur le modèle d'acceptabilité des technologies (TAM) (Davis, 1989). C'est une des théories les plus mobilisées dans les domaines de l'informatique et des systèmes d'information. Hsiao et Yang (2011) relèvent deux milles citations de l'article original. Ce modèle s'intéresse à deux facteurs, la facilité d'utilisation et l'utilité perçue. La facilité d'utilisation s'intéresse à « *l'intensité avec laquelle un individu croit que l'utilisation du système se fera sans difficultés ni efforts supplémentaires* » (Bobillier Chaumon *et al.*, 2006, p. 249). L'utilité perçue ensuite va représenter « *l'intensité avec laquelle un individu croit que l'utilisation d'un système améliorera sa performance au travail* » (Bobillier

Chaumon *et al.*, 2006, p. 249). Ces deux facteurs déterminent les intentions d'usage puisque si une technologie est jugée utile et facile d'utilisation, la personne jugera que son utilisation lui sera bénéfique et aura l'intention de l'utiliser.

Devant le succès de cette approche, de nombreux modèles dérivés ont été proposés, intégrant d'autres variables. Deux versions de ce modèle ont d'abord suivi : le TAM2 (Venkatesh, Davis, 2000) et le TAM3 (Venkatesh, Bala, 2008), qui ont ajouté des déterminants aux deux variables centrales du modèle initial. Ces deux versions ne sont pas les seules à compléter le modèle original (Sagnier *et al.*, 2019). Il en existe de très nombreuses extensions, modifications et développements (Marangunic, Granic, 2015). Le modèle TAM est parfois critiqué car il aurait un faible pouvoir prédictif (Lee *et al.*, 2003). Il a donc été complété par le modèle unifié de l'acceptabilité des technologies connu sous l'acronyme UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) (Venkatesh *et al.*, 2003) en synthétisant plusieurs modèles de comportement pour expliquer l'intention d'utiliser une technologie (Venkatesh *et al.*, 2007).

Venkatesh *et al.* (2012) ont développé une version révisée (UTAUT2) qui permet d'étudier l'acceptation dans un contexte de consommation. Cette nouvelle version intègre l'habitude (le degré auquel les gens adoptent automatiquement des comportements en raison de l'apprentissage), la motivation hédonique (le plaisir ou le plaisir dérivé de l'utilisation d'une technologie) et la valeur du prix (compromis cognitif des consommateurs entre les avantages perçus d'une application et le coût monétaire de son utilisation).

Notre étude n'a pas pour objectif de faire des projections sur l'utilisation des technologies Fintech qui sera faite par les seniors coréens d'après un échantillon représentatif mais de comprendre les facteurs d'acceptation de ces technologies par les seniors qui font ressortir des intentions d'usage ou une intention comportementale (*behavior intention*). Elle ne mobilisera donc pas le modèle UTAUT. Les auteurs intègrent toutefois une critique récurrente formulée contre le modèle TAM qui insiste sur la nécessité d'y introduire constamment de nouvelles variables pour permettre d'apporter une meilleure compréhension des intentions de comportements en fonction des contextes étudiés (Benabid, 2019 ; Legris *et al.*, 2003 ; Wixom, Todd, 2005). Les auteurs se proposent donc dans cette étude d'utiliser leur propre extension du modèle TAM adaptée au sujet de l'étude : les technologies Fintech ainsi qu'à la cible concernée qui sont les seniors.

## **1.2. Les facteurs d'acceptation des technologies Fintech**

D'après Moriarty et Kosnik (1989), s'agissant de l'étude de l'acceptation des technologies de pointe comme la Fintech, l'incertitude est un déterminant de l'adoption de la technologie. Bauer (1960) explique que l'incertitude affecte le processus de décision ; lors de sa prise de décision, le consommateur est en général confronté à une incertitude sur la pertinence et le bien-fondé de son choix. Les individus ne peuvent de toute façon pas envisager toutes les conséquences possibles de leurs actes. C'est tout particulièrement le cas sur Internet puisque le cyberspace engendre une incertitude plus importante que dans l'espace réel (Gefen *et al.*, 2003 ; Im *et al.*, 2008). Sur le Web, où les utilisations des services sont menées à distance, les risques et les incertitudes sont amplifiés. En effet, en ligne, les clients ne peuvent pas voir les vendeurs et voir ou toucher les produits (Reichheld, Scheffer, 2000). Dans l'environnement virtuel, Hoffman *et al.* (1999) soulignent qu'une des raisons pour laquelle les consommateurs n'achètent pas de produits réside dans un manque de confiance pour surmonter leur perception

des risques et l'incertitude. Pavlou (2003) confirme que l'incertitude influence d'une manière significative l'adoption d'une technologie avec l'utilité perçue et la facilité d'utilisation.

De plus, l'esprit d'innovation (*innovativeness*) est reconnu comme une variable influençant favorablement la décision d'adoption d'une technologie (Rogers, 1995 ; Wood, Swait, 2002). L'esprit d'innovation est l'un des facteurs identifiés dans la littérature s'agissant de l'adoption des services Fintech (Hu *et al.*, 2019 ; Zhang *et al.*, 2018). De nombreux travaux décrivent les consommateurs innovants comme des personnes dynamiques, curieuses, communicatives, à la recherche de stimulation, aventureuse et cognitive (Flynn, Goldsmith, 1993 ; Raju, 1980 ; Steenkamp, Baumgartner, 1992). D'après eux, l'esprit d'innovation affecte non seulement le choix initial d'une nouvelle innovation mais aussi l'action continue. Ces individus peuvent alors servir de leaders d'opinion pour faciliter la diffusion d'une nouvelle technologie (Agarwal, Prasad, 1998). Goldsmith et Flynn (1992) et Leavitt et Walton (1975) ont étudié l'influence de l'esprit d'innovation personnel (*personal innovativeness*) sur l'adoption des technologies. Les consommateurs innovants recherchent activement des informations sur de nouvelles idées et acceptent positivement les risques ou les incertitudes. Par conséquent, les personnes ayant un esprit innovant ont tendance à adopter l'innovation relativement plus rapidement que les autres membres, et elles sont plus ouvertes à de nouvelles expériences et à de nouveaux changements.

### ***1.3. Les facteurs d'acceptation de la technologie spécifiques aux seniors***

Le vieillissement de la population et la transition du numérique sont des enjeux majeurs pour la société d'aujourd'hui. Il est donc important d'identifier les facteurs permettant d'accepter les nouvelles technologies pour cette génération. Lee et Coughllin (2015) relèvent que le taux d'adoption des nouvelles technologies est faible malgré le développement de celles-ci pour l'aide à la personne âgée qui représente pourtant une piste prometteuse. En se basant sur leurs études, les auteurs suggèrent que l'adoption d'une technologie n'est pas simplement une question de performance et de prix, mais un problème complexe qui est affecté par de multiples facteurs. Ainsi dix facteurs sont identifiés : la valeur, l'utilité, le coût d'accès, l'accessibilité, le soutien technique, le soutien social, l'émotion, l'indépendance, l'expérience et la confiance. Peek *et al.* (2014) en mobilisant le modèle d'acceptation d'une technologie, font le lien avec la perception et la nécessité de la technologie, l'influence sociale et la personnalité des adultes.

Heinz *et al.* (2013) soulignent qu'en raison du manque d'information et de sensibilisation aux nouvelles technologies pour des seniors, leur accessibilité aux nouvelles technologies s'est révélée très importante pour l'adoption des technologies. Il est important de faire savoir aux utilisateurs plus âgés que la technologie existe, car le manque de sensibilisation et de connaissances constitue un obstacle à son adoption (Tanriverdi, Iacono, 1999). Dans une étude sur les technologies d'assistance, McCreadie et Tinker (2005) montrent que l'accessibilité s'est révélée être un médiateur de la relation entre les utilisateurs plus âgés et la technologie. Ils ont suggéré que l'accès des seniors aux technologies dépend de la quantité d'informations qui leur sont ouvertes et de la manière dont les systèmes de distribution sont formés. Dans le même ordre d'idée, Lee *et al.* (2013) mettent en avant que les nouvelles technologies peuvent ne pas être perçues par les seniors comme étant largement disponibles. L'accès à ces technologies pourrait être freiné quant à la facilité d'accès géographique (lieu d'essai et d'achat) à ces nouvelles technologies. Outre la sensibilisation, il est donc important de les rendre accessibles aux seniors par une stratégie multicanal (Wang *et al.*, 2010).

Par ailleurs, le coût élevé éloigne les seniors de l'utilisation de la technologie. S'il est important qu'une technologie soit pratique et facile à utiliser, être abordable est également essentiel. D'après Chen et Chan (2011), le coût d'accès à la technologie est négligé dans de nombreuses études, bien qu'il semble être un facteur critique pour déterminer l'acceptation de la technologie par un senior. Comme le souligne Cohen-Mansfield *et al.* (2005) « *Le coût a été identifié comme préoccupation majeure* » (p. 15). Dans le même ordre d'idée, pour Steele *et al.* (2009) « *Le coût est la principale préoccupation des participants âgés...et est le sujet le plus important pour eux* » (p. 793). Ces auteurs ont constaté que le coût était un déterminant de l'acceptation des réseaux de capteurs sans fil. De nombreuses technologies entraînent, pour les seniors qui les adoptent, un coût initial élevé, suivi de dépenses sur une plus longue période. Pour ceux qui ne ressentent pas un besoin urgent du service, ou pour ceux qui n'ont pas d'expérience de souscription aux services mobiles par exemple, le processus de paiement peut être perçu comme un fardeau. Comme le démontrent Kang *et al.* (2010) les coûts peuvent être perçus de façon encore plus importante lorsque les avantages potentiels ne sont pas clairs. Le tableau suivant résume les facteurs expliqués dans la partie 1. Ces variables sont incluses dans l'analyse qui va être conduite.

Tableau 1 - Facteurs d'acceptation de la technologie

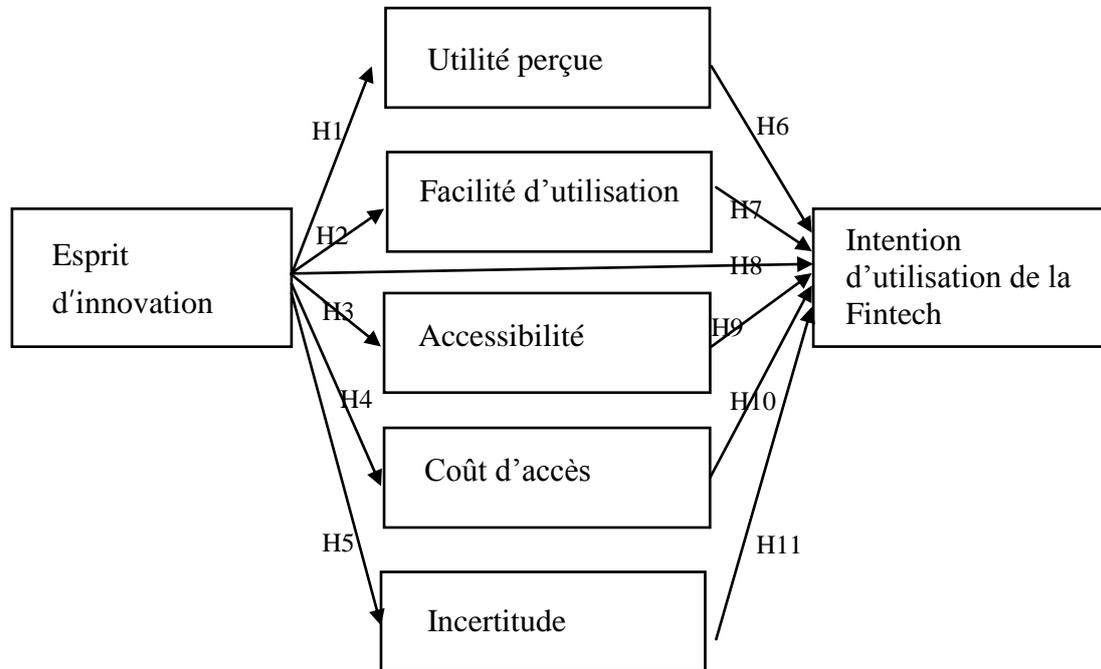
<b>Facteurs</b>	<b>Contenu</b>	<b>Auteurs</b>
Utilité perçue	Croyance dans l'amélioration des performances par l'utilisation de la technologie	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Facilité d'utilisation	Croyance dans le fait que la technologie sera utilisée sans effort	Venkatesh et Davis (2000)
Accessibilité	Connaissance de l'existence et de la disponibilité	McCreadie et Tinker (2005)
Le coût d'accès	Coûts perçus	Cohen-Mansfield <i>et al.</i> (2005) ; Chen et Chan (2011)
Incertitude	Incertitude perçue	Moriarty et Kosnik (1989)
Esprit d'innovation	Attitude innovatrice	Rogers (1995) ; Wood et Swait (2002)

## 2. Méthodologie de la recherche

### 2.1. Le cadre conceptuel du modèle utilisé dans la recherche

S'appuyant sur un certain nombre de facteurs décrits dans la section précédente, notre analyse empirique tente ainsi de vérifier les déterminants de l'acceptation de la Fintech par des personnes de plus de 55 ans. Le modèle conceptuel de notre recherche est présenté dans la Figure 1. L'hypothèse générale du modèle suppose que l'intention d'utilisation de la Fintech est influencée directement par les variables retenues dans la partie précédente. Nous observons d'abord si la variable « esprit d'innovation » a un effet significatif sur les variables : utilité perçue, facilité d'utilisation, accessibilité, coût d'accès et incertitude (H1, H2, H3, H4 et H5). Nous étudions ensuite si toutes les variables ont un effet significatif sur la variable à expliquer (Intention d'utilisation de la Fintech) (H6, H7, H8, H9, H10 et H11).

Figure 1 - Modèle conceptuel de recherche



Ce modèle constitue une réponse théorique à notre principale question de recherche. Celui-ci sera testé empiriquement, dans la partie suivante de ce travail.

## 2.2. La collecte et l'analyse des données

Notre étude empirique s'appuie sur un échantillon de 457 seniors de plus de 55 ans qui habitent à Séoul et dans la région de Gyeonggi en Corée du Sud (Le Gyeonggi est la province de la Corée du Sud qui est la plus proche de Séoul). Afin de constituer l'échantillon, nous avons utilisé les bases de données du département de gérontologie de l'Université Kyung Hee à Séoul. Le choix du pays se justifie par la dynamisation du secteur Fintech. En 2017, le gouvernement coréen a décidé que ce secteur serait l'un des 8 enjeux majeurs pour la croissance du pays avec une réforme massive basée sur l'allègement réglementaire et un soutien financier aux entreprises du secteur. L'enquête terrain s'est déroulée de mai 2018 à juin 2019 et les questionnaires ont été administrés par une société de sondage (*Korea Reaserch*) en face-à-face (l'administration ayant durée de 40 à 45 minutes). Environ 15 à 20 enquêteurs professionnels y ont participé et ils ont été formés par les auteurs avant l'enquête. Les questionnaires (voir l'annexe) ont d'abord fait l'objet d'une analyse statistique par le logiciel SPSS 23.0 puis d'une analyse via les modèles des équations structurelles sous AMOS 18 pour tester le modèle conceptuel de notre recherche.

## 2.3. Mesures des variables du modèle

Les variables retenues sont mesurées par des items issus de la littérature antérieure et adaptés à la présente enquête (tableau 2). En ce qui concerne les échelles de mesure des variables du modèle, nous avons choisi l'échelle de Likert : l'échelle la plus utilisée en gestion. Ainsi une

échelle de Likert de 5 points a été affectée pour chaque item déployé allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord ». Nous avons posé des questions en spécifiant le service Fintech étudié, les services de paiement (nous avons indiqué les exemples suivants : le paiement mobile, les transferts internationaux de fonds, les paiements entre particuliers ainsi que les cagnottes en ligne). Cela nous a permis d'avoir des analyses plus intéressantes du point de vue de l'acceptabilité de la Fintech. Des exemples des questions (plusieurs questions sont posées pour chaque item) abordés au cours des entretiens menés sont présentés dans le tableau suivant.

Tableau 2 - Mesures des Variables

	Source
<b>Utilité perçue</b> Il y a la perception individuelle des avantages relatifs à l'adoption de la Fintech.	Lee (2014 b) Lee et Coughlin (2015)
<b>Facilité d'utilisation</b> Une application facile à utiliser sera plus utilisée.	Lee (2014 b) Lee et Coughlin (2015)
<b>Accessibilité</b> Même si une technologie est conçue pour ses utilisateurs plus âgés, son adoption est peu probable si elle n'est pas distribuée efficacement auprès de ce segment du marché.	Lee (2014 b) Lee et Coughlin (2015)
<b>Le coût d'accès</b> Le coût d'accès est lié non seulement au coût initial requis pour utiliser la Fintech, mais aussi aux frais de services.	Lee (2014 b) Lee et Coughlin (2015)
<b>Incertitude</b> Si une technologie ne parvient pas à fournir les résultats espérés, elle se traduira par une perte pour l'utilisateur (financière, psychologique, physique ou sociale).	Im <i>et al.</i> (2008)
<b>Esprit d'innovation</b> Cette variable est définie comme le degré de volonté d'un individu d'essayer un nouveau produit ou une nouvelle technologie.	Agarwal et Karahanna (2000)
<b>Intention d'utilisation de la Fintech</b> Cette variable consiste à mesurer si les répondants ont l'intention d'utiliser la Fintech.	Lee (2014 b) Lee et Coughlin (2015)

#### 2.4. Méthode d'analyse

Afin de vérifier les caractéristiques principales de l'échantillon, une analyse fréquentielle ainsi qu'une analyse statistique descriptive ont été menées. Puis une comparaison des caractéristiques des personnes de 55 ans à 64 ans et celles de 65 ans ou plus a été conduite, les différences de caractéristiques des facteurs d'acceptation de la technologie propres à chaque groupe d'âge ont été vérifiées en pratiquant un t-test.

Une vérification de la fiabilité ainsi que de la validité des instruments de mesure de cette étude a également été conduite par le biais d'une analyse factorielle, d'une analyse de fiabilité et d'une analyse de corrélation. Pour finir, et afin de valider le cadre conceptuel, nous avons choisi d'utiliser la méthode des équations structurelles après l'examen de la qualité de l'ajustement du modèle effectué à l'aide du test de qualité de l'ajustement du modèle de recherche.

### 3. Résultats

#### 3.1. Les caractéristiques de l'échantillon

Les caractéristiques générales de l'échantillon sont présentées dans le Tableau 3. Nos échantillons sont des seniors de plus de 55 ans résidant à Séoul et dans la région de Gyeonggi, et un total de 457 personnes ont finalement été sélectionnées à travers une méthode de suppression de valeurs manquantes sous forme de liste. Les seniors vivant à Séoul représentaient 67,0% du panel (soit 306 personnes) et ceux vivant dans la région de Gyeonggi 33,0% (151 personnes). Parmi les caractéristiques de l'échantillon, concernant le sexe, les femmes représentaient 44,9% (205 personnes) du panel et les hommes 55,1% (252 personnes). L'âge moyen était de 64,88 ans. Concernant le niveau d'éducation, les titulaires de l'équivalent du baccalauréat français représentaient 50,3% (230 personnes) du panel, soit le plus grand segment, suivi dans l'ordre par les titulaires du brevet des collèges (20,4%, 93 personnes), ceux qui se sont arrêtés à l'école primaire (13,3%, 61 personnes), les diplômés universitaires ou les personnes ayant fait de plus longues études (7,7%, 35 personnes), les diplômés universitaires du premier cycle (4,4%, 20 personnes) et enfin les personnes peu instruites (3,9%, 18 personnes). Concernant le revenu mensuel moyen, il était de 2360 euros, et concernant le type de ménage, les personnes vivant seules représentaient 12,9% (59 personnes) du panel et les ménages de plusieurs personnes représentaient 87,1% (398 personnes) démontrant qu'il y avait plus de ménages de personnes vivant à plusieurs que de personnes vivant seules. Pour finir, concernant les activités professionnelles, les actifs représentaient 68,3% (312 personnes) du panel, ce qui signifie donc qu'ils étaient plus nombreux que les personnes sans activité (31,7%, 145 personnes). Seul 4,9% de l'échantillon (19 personnes) déclarent avoir une expérience des technologies Fintech tout en qualifiant celle-ci de « faible ».

Tableau 3 - Caractéristiques de l'échantillon

Variables		Catégorie	Total (n=457)
Sexe	Masculin	55,1%	252
	Féminin	44,9%	205
Age		Moyenne (écart-type)	64,98 (7,46)
Résidence Séoul/Gyeonggi	Séoul	67,0%	306
	Gyeonggi	33,0%	151
Education	Peu instruits $\geq$	3,9%	18
	Ecole primaire	13,3%	61
	Collège	20,4%	93
	Lycée	50,3%	230
	Université du premier cycle	4,4%	20
	$\leq$ Université	7,7%	35
Revenu du ménage (Mois)		Moyenne (écart-type)	2 360 (207,53)
Situation domestique	Vivant seul	12,9%	59
	Vivant à plusieurs	87,1%	398
Activités professionnelles	Actifs	68,3%	312
	Sans Actifs	31,7%	145

### 3.2. Vérification des différences des variables

Notre échantillon a été segmenté en 2 groupes : groupe de 55 ans à 64 ans (groupe A) et groupe de 65 ans ou plus (groupe B). Cette classification se justifie par le fait les 55-64 ans, représenteraient une catégorie d'âge transitionnel composée de personnes qui seraient de forts prescripteurs (Moschis, Mathur, 2007) par rapport aux seniors de plus de 65 ans. Cette classification est retenue ici. Les résultats, prouvant que les différences des variables entre les deux groupes, sont présentés dans le Tableau 4.

Tableau 4 - Caractéristiques des principales variables (n=457)

Variables	Catégorie	Total (n=457)	Groupe d'âge		T-test
			55-64 ans	65 ans ou plus	
Intention d'utilisation de la Fintech	Moyenne (écart-type)	2,44,(96)	2,68,(97)	2,15,(86)	6,26***
Esprit d'innovation	Moyenne (écart-type)	2,56,(83)	2,69,(81)	2,40,(84)	3,70***
Utilité perçue	Moyenne (écart-type)	3,38,(89)	3,57,(78)	3,15,(98)	5,16***
Facilité d'utilisation	Moyenne (écart-type)	3,58,(96)	3,69,(86)	3,45(1,05)	2,64**
Accessibilité	Moyenne (écart-type)	3,38,(88)	3,47,(83)	3,27,(92)	2,44*
Coût d'accès	Moyenne (écart-type)	3,59,(95)	3,69,(86)	3,46(1,04)	2,56*
Incertitude	Moyenne (écart-type)	3,50,(75)	3,47,(75)	3,53,(75)	-,96

\* p < ,05, \*\* p < ,01, \*\*\* p < ,001

### 3.3. Vérification de la fiabilité et validité

Une analyse comparative AMOS réalisée sur les deux échantillons démontre que la qualité de l'ajustement du modèle de chaque groupe n'est pas très adéquate. En effet, il n'y a pas de différence significative entre les groupes. Cette étude a donc présenté les résultats de la recherche en se concentrant sur l'identification des facteurs d'acceptation des technologies Fintech de l'ensemble du groupe plutôt que de les comparer par groupe.

#### Validité convergente

Les résultats de vérification de la fiabilité et validité des concepts utilisés dans le modèle de cette étude sont présentés sur le Tableau 5. Nous avons vérifié la fiabilité de l'instrument avec la valeur du coefficient alpha de Cronbach obtenue pour chaque variable. Plus la valeur de l'alpha est proche de 1, plus la cohérence interne de l'échelle (sa fiabilité) est forte (Cronbach, 1951). Le calcul des alphas de Cronbach pour les différentes variables retenues de l'instrument a obtenu un score supérieur à 0,7 (0,844 ~ 0,905), conservant donc le meilleur score de fiabilité. Afin de vérifier la validité des concepts, la fiabilité composite (*composite reliability*) et la variance moyenne extraite (*average variance extracted*) ont été examinées. Dans le cas de la fiabilité composite, étant donné qu'elle a une valeur supérieure à 0,7 (0,875~0,905), la cohérence interne a été vérifiée (Bagozzi, Yi, 1988). Puis, les résultats de la variance moyenne extraite prouvent que tous les concepts ont une valeur supérieure à 0,5,

norme minimale recommandée (0,636~0,827) (Fornell, Larcker, 1981). Par conséquent, il a été confirmé que tous les concepts utilisés dans cette étude montrent un haut niveau de fiabilité et une validité convergente excellente.

Tableau 5 - Analyse factorielle confirmatoire

Variables	Items	Coefficient non standardisé	E.S	Coefficient alpha de Cronbach	Variance moyenne extraite	Fiabilité composite
Esprit d'innovation (EI)	EI 1	1,016	0,045	0,894	0,701	0,903
	EI 2	0,870	0,050			
	EI 3	1,083	0,046			
	EI 4	1,000				
Utilité perçue (U)	U1	0,949	0,039	0,883	0,811	0,811
	U2	1,000				
Facilité d'utilisation (FU)	FU 1	0,947	0,035	0,905	0,827	0,905
	FU 2	1,000				
Accessibilité (Access)	Access 1	1,018	0,044	0,881	0,812	0,896
	Access 2	1,000				
Coût d'accès (C)	C 1	0,949	0,038	0,901	0,823	0,903
	C 2	1,000				
Incertitude	Incertitude 1	1,049	0,072	0,844	0,636	0,875
	Incertitude 2	1,115	0,078			
	Incertitude 3	1,033	0,068			
	Incertitude 4	1,000				

### Validité discriminante

Les résultats de la validité discriminante des concepts utilisés dans cette d'étude sont présentés dans le Tableau 6. La validité discriminante a été vérifiée à travers une méthode qui compare la variance moyenne extraite et les corrélations au carré avec d'autres variables (Fornell, Larcker, 1981). En ce qui concerne d'abord les résultats du coefficient de corrélation de chaque concept, comme la valeur était inférieure à 1 (-0,189 ~ 0,691), cela a confirmé qu'il n'y a pas de relation linéaire entre variables. Ensuite, les corrélations au carré, et la variance moyenne extraite entre variable ont été comparées. Pour déterminer si la variable a une validité discriminante, la variance moyenne extraite devrait être supérieure aux corrélations au carré (Fornell, Larcker, 1981). La variance moyenne extraite des variables choisies dans cette étude a une valeur entre 0,636 et 0,875 et les corrélations au carré ont une valeur entre 0,000 et 0,477. Donc, étant donné que la variance moyenne extraite des concepts était supérieure aux corrélations au carré des variables, la validité discriminante est également vérifiée.

Tableau 6 - Analyse de corrélation entre les variables (Validité discriminante)

Variables	Esprit d'innovation	Utilité perçue	Facilité d'utilisation	Accessibilité	Coût d'accès	Incertitude
Esprit d'innovation	0,701*					
Utilité perçue	0,328** (0,108)***	0,811				

Facilité d'utilisation	0,178 (0,032)	0,188 (0,473)	0,827			
Accessibilité	0,228 (0,052)	0,691 (0,477)	0,657 (0,432)	0,812		
Coût d'accès	0,165 (0,027)	0,607 (0,368)	0,685 (0,469)	0,622 (0,387)	0,823	
Incertitude	-0,189 (0,036)	-0,010 (0,000)	0,135 (0,018)	0,110 (0,012)	0,078 (0,006)	0,636

\* Variance moyenne extraite, \*\* Coefficient de corrélation, \*\*\* Corrélations au carré

### 3.4. Résultats de la vérification du modèle de recherche

#### *Test de qualité de l'ajustement du modèle de recherche*

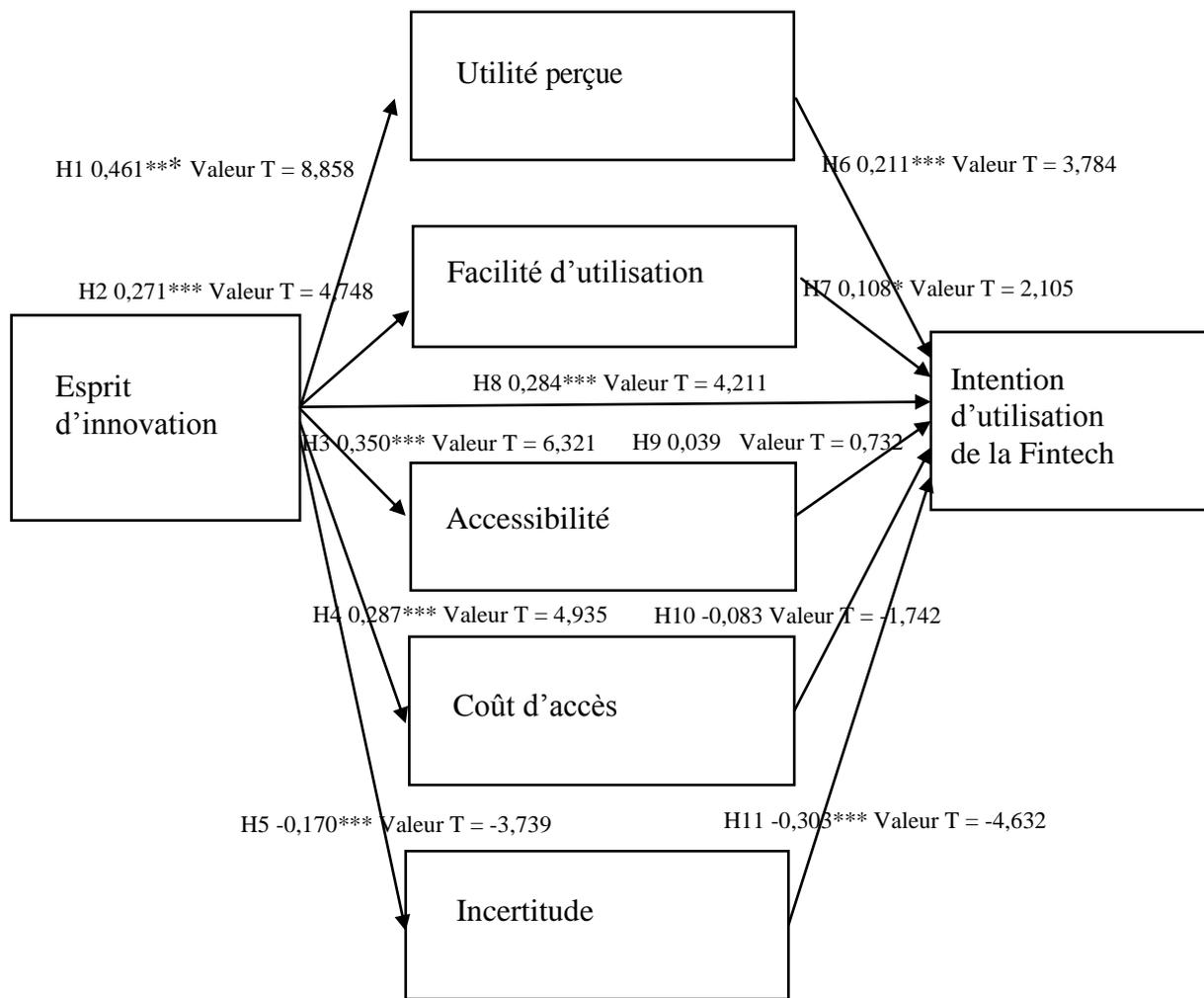
Nous avons jugé la qualité de l'ajustement du modèle de recherche selon l'indice de qualité de l'ajustement du modèle. Pour cela, parmi des tests divers de qualité de l'ajustement du modèle de recherche, les indices TLI (*Tucker-Lewis Index*), CFI (*Comparative Fit Index*), RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), susceptibles d'évaluer la simplicité du modèle de recherche sans être fortement affectés par la taille de l'échantillon, ont été utilisés.

Premièrement, TLI et CFI ont souvent une valeur située entre 0 et 1, et il est démontré que celle proche de 1 aura une qualité d'ajustement du modèle plus forte et, généralement, si la valeur est supérieure à 0,9, on considère qu'il s'agit d'un bon modèle de recherche (Bentler, 1990 ; Bentler, Bonett, 1980). Dans le cas du RMSEA, si la valeur est de 0,05 ou moins, on considère que le modèle a une bonne qualité d'ajustement, et si la valeur est de 0,08 ou moins, on considère que le modèle a une qualité d'ajustement correcte (Browne, Cudeck, 1993 ; Steiger, Lind, 1980). Les résultats de la vérification de l'indice de qualité de l'ajustement du modèle basée sur les critères mentionnés ci-dessus, avec TLI à 0,962, CFI à 0,972 et RMSEA à 0,059, démontrent que ce modèle de recherche est adéquat.

#### *Résultats de la vérification du modèle de recherche*

Selon les résultats de l'analyse de chemin obtenus par le biais d'équations structurelles, les hypothèses pour tous les chemins, exceptées les hypothèses 9 et 10, ont été validées (Figure 2 et Tableau 7).

Figure 2 - Résultat de l'analyse de chemin



Les résultats d'analyse de la relation entre l'esprit d'innovation et l'intention d'utilisation (H8), et celle entre l'esprit d'innovation et les autres facteurs d'acceptation de la technologie (utilité perçue, facilité d'utilisation, accessibilité, coût d'accès, incertitude) font ressortir que plus le niveau de l'esprit d'innovation est élevé pour les seniors, plus forte sera l'intention d'avoir recours à Fintech (coefficient de chemin = 0,284,  $p < 0,001$ , valeur T = 4,211). Ils démontrent également que plus fortes sont l'utilité perçue (coefficient de chemin = 0,461,  $p < 0,001$ , valeur T = 8,858), la facilité d'utilisation (coefficient de chemin = 0,271,  $p < 0,001$ , valeur T = 4,748), l'accessibilité (coefficient de chemin = 0,350,  $p < 0,001$ , valeur T = 6,321) et le coût d'accès (coefficient de chemin = 0,287,  $p < 0,001$ , valeur T = 4,935) qu'on attend des technologies Fintech, et plus faible sera l'incertitude d'utiliser les technologies Fintech (coefficient de chemin = -0,170,  $p < 0,001$ , valeur T = -3,739).

Ensuite, les résultats de vérification des autres variables susceptibles d'influencer l'intention d'utiliser les technologies Fintech, sachant que l'utilité perçue (coefficient de chemin = 0,211,  $p < 0,001$ , valeur T = 3,784), la facilité d'utilisation (coefficient de chemin = 0,108,  $p < 0,05$ , valeur T = 2,105) et l'incertitude liées aux technologies Fintech (coefficient de chemin = -0,303,  $p < 0,001$ , valeur T = -4,632) sont considérées comme des déterminants essentiels sur l'intention d'utiliser les technologies Fintech, les hypothèses 6, 7, 8 et 11 ont été validées, mais comme l'accessibilité des technologies Fintech et le coût d'accès n'ont pas d'influence statistique sur l'intention d'utiliser les Fintech, les hypothèses 9 et 10 ont donc été écartées.

Tableau 7 - Validation des hypothèses

Chemin				Coefficient de chemin	E.S	Valeur T
H1 Validée	Esprit d'innovation	→	Utilité perçue	0,461***	0,052	8,858
H2 Validée	Esprit d'innovation	→	Facilité d'utilisation	0,271***	0,057	4,748
H3 Validée	Esprit d'innovation	→	Accessibilité	0,350***	0,055	6,321
H4 Validée	Esprit d'innovation	→	Coût d'accès	0,287***	0,058	4,935
H5 Validée	Esprit d'innovation	→	Incertitude	-0,170***	0,045	-3,739
H6 Validée	Utilité perçue	→	Intention d'utilisation de la Fintech	0,211***	0,056	3,784
H7 Validée	Facilité d'utilisation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	0,108*	0,051	2,105
H8 Validée	Esprit d'innovation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	0,284***	0,068	4,211
H9 Infirmée	Accessibilité	→	Intention d'utilisation de la Fintech	0,039	0,053	0,732
H10 Infirmée	Coût d'accès	→	Intention d'utilisation de la Fintech	-0,083	0,048	-1,742
H11 Validée	Incertitude	→	Intention d'utilisation de la Fintech	-0,303***	0,065	-4,632

$\chi^2=229,60$  (89), CFI=0,972, TLI=0,962, RMSEA=0,059

\* p < ,05, \*\* p < ,01, \*\*\* p < ,001

Ainsi, nous avons testé les effets de médiation des trois variables (l'utilité, la facilité d'utilisation et l'incertitude), qui sont considérées comme des déterminants essentiels sur l'intention d'utiliser les technologies Fintech. Le résultat du test de de Sobel montre que, l'utilité perçue (Z=3,47) et l'incertitude (Z=2,93) ont un effet médiateur sur la relation entre Esprit d'innovation et Intention d'utilisation, avec la valeur Z supérieure à 1,96.

Tableau 8 - Les effets de médiation

Chemin					Test de sobel (Z)
Esprit d'innovation	→	Utilité perçue	→	Intention d'utilisation de la Fintech	3,47
Esprit d'innovation	→	Facilité d'utilisation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1,93

Esprit d'innovation	→	Incertitude	→	Intention d'utilisation de la Fintech	2,93
---------------------	---	-------------	---	---------------------------------------	------

Pour tester les effets modérateurs du genre et des deux tranches d'âge, nous avons utilisé l'analyse *cross-group equality constraints*. Le tableau 9 montre que les résultats sont statistiquement non significatifs pour tous les chemins. Cela signifie que le genre n'a pas d'effet modérateur. De même, les analyses concernant les deux tranches d'âge n'ont pas permis de voir si ces éléments ont un effet modérateur sur tous les chemins (tableau 11). Les tableaux 10 et 12 montrent qu'il n'y a pas de différence significative en ce qui concerne le genre ou le groupe d'âge s'agissant des résultats de l'analyse de chemin.

Tableau 9 - Les résultats relatives au test de l'effet de modérateur (Genre)

Chemin				DF	CMIN	P	TLI
Modèle 1	Esprit d'innovation	→	Utilité	1	,354	,552	-,001
Modèle 2	Esprit d'innovation	→	Facilité d'utilisation	1	,185	,667	-,001
Modèle 3	Esprit d'innovation	→	Accessibilité	1	,022	,882	-,001
Modèle 4	Esprit d'innovation	→	Coût d'accès	1	,122	,727	-,001
Modèle 5	Esprit d'innovation	→	Incertitude	1	,448	,503	-,001
Modèle 6	Utilité	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,004	,952	-,001
Modèle 7	Facilité d'utilisation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,912	,340	-,001
Modèle 8	Esprit d'innovation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,085	,771	-,001
Modèle 9	Accessibilité	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,000	,989	-,001
Modèle 10	Coût d'accès	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	2,486	,115	-,001
Modèle 11	Incertitude	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,900	,343	-,001
Modèle de tous les chemins				11	5,383	,911	-,015

Tableau 10 – L'analyse de chemin concernant le genre

Chemin				Homme (n=252)		Femme (n=205)	
				Coefficient standardisé	E.S	Coefficient standardisé	E.S
H1 Validée	Esprit d'innovation	→	Utilité	,483***	,068	,365***	,088
H2	Esprit	→	Facilité	,320***	,073	,225*	,100

Validée	d'innovation		d'utilisation				
H3 Validée	Esprit d'innovation	→	Accessibilité	,364***	,070	,302***	,096
H4 Validée	Esprit d'innovation	→	Coût d'accès	,293***	,076	,201*	,098
H5 Validée	Esprit d'innovation	→	Incertitude	-,229**	,056	-,114	,078
H6 Validée	Utilité	→	Intention d'utilisation de la Fintech	,182**	,075	,192**	,078
H7 Validée	Facilité d'utilisation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	,135*	,071	,01	,074
H8 Validée	Esprit d'innovation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	,255**	,094	,251**	,104
H9 Infirmée	Accessibilité	→	Intention d'utilisation de la Fintech	,028	,072	,030	,077
H10 Infirmée	Coût d'accès	→	Intention d'utilisation de la Fintech	-,157*	,067	,063	,061
H11 Validée	Incertitude	→	Intention d'utilisation de la Fintech	-,174**	,094	-,287***	,093

\* p < ,05, \*\* p < ,01, \*\*\* p < ,001

Tableau 11 - Les résultats relatives au test de l'effet de modérateur (Deux tranches d'âge)

Chemin				DF	CMIN	P	TLI
Modèle 1	Esprit d'innovation	→	Utilité	1	1,854	,173	-,001
Modèle 2	Esprit d'innovation	→	Facilité d'utilisation	1	,238	,626	-,001
Modèle 3	Esprit d'innovation	→	Accessibilité	1	,177	,674	-,001
Modèle 4	Esprit d'innovation	→	Coût d'accès	1	,061	,806	-,001
Modèle 5	Esprit d'innovation	→	Incertitude	1	,003	,959	-,001
Modèle 6	Utilité	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,311	,477	-,001
Modèle 7	Facilité d'utilisation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,054	,816	-,001
Modèle 8	Esprit d'innovation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,534	,465	-,001
Modèle 9	Accessibilité	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,069	,793	-,001
Modèle 10	Coût d'accès	→	Intention d'utilisation de	1	,013	,908	-,001

			la Fintech				
Modèle 11	Incertitude	→	Intention d'utilisation de la Fintech	1	,069	,867	-,001
Modèle de tous les chemins				11	3,277	,987	-,015

Tableau 12 – L'analyse de chemin concernant les deux groupes

Chemin				Groupe A		Groupe B	
				Coefficient standardisé	E.S	Coefficient standardisé	E.S
H1 Validée	Esprit d'innovation	→	Utilité	,399***	,076	,398***	,069
H2 Validée	Esprit d'innovation	→	Facilité d'utilisation	,288***	,082	,205**	,081
H3 Validée	Esprit d'innovation	→	Accessibilité	,302***	,080	,325***	,079
H4 Validée	Esprit d'innovation	→	Coût d'accès	,194**	,089	,268***	,079
H5 Validée	Esprit d'innovation	→	Incertitude	-,206**	,062	-,175*	,068
H6 Validée	Utilité	→	Intention d'utilisation de la Fintech	,165*	,051	,150*	,106
H7 Validée	Facilité d'utilisation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	,120*	,058	,072	,080
H8 Validée	Esprit d'innovation	→	Intention d'utilisation de la Fintech	,310***	,079	,168*	,103
H9 Infirmée	Accessibilité	→	Intention d'utilisation de la Fintech	,028	,065	,057	,081
H10 Infirmée	Coût d'accès	→	Intention d'utilisation de la Fintech	-,105	,051	-,076	,083
H11 Validée	Incertitude	→	Intention d'utilisation de la Fintech	-,220***	,086	-,218***	,092

\*  $p < ,05$ , \*\*  $p < ,01$ , \*\*\*  $p < ,001$

#### 4. Discussion et contributions

Il existe une relation de plus en plus forte entre le vieillissement de la population et la technologie. Cette étude avait pour objectif d'identifier les facteurs d'acceptation des technologies Fintech chez les seniors. Les résultats de la recherche sont à la fois théoriques et pratiques.

Sur le plan théorique, notre principal apport se situe ainsi dans la vérification des facteurs d'acceptation de la technologie chez les seniors en étendant le modèle TAM à la Fintech. Les

résultats font aussi apparaître que le niveau du facteur d'acceptation de la technologie varie selon que les seniors dépassent ou pas 65 ans.

Les résultats de vérification de la différence entre les variables du groupe âgé de 55 à 64 ans et celui de 65 ans ou plus ont démontré que les personnes de 55 à 64 ans ont une plus forte intention d'utiliser les technologies Fintech que les celles de 65 ans ou plus. Il a également été démontré que l'esprit d'innovation, l'utilité perçue, la facilité d'utilisation, le coût d'accès et l'accessibilité sont statistiquement significatifs. Concernant l'incertitude, elle est plus élevée chez les personnes de plus de 65 ans même s'il n'y a pas une grande différence statistique.

L'étude a également confirmé que le niveau de l'esprit d'innovation a une influence statistiquement significative sur les toutes variables retenues (l'utilité perçue, la facilité d'utilisation, le coût d'accès, l'accessibilité et l'incertitude). Ce résultat est en phase avec ce que la littérature a démontré. L'esprit d'innovation est reconnu comme une variable influençant favorablement la décision d'adoption d'une technologie (Rogers, 1995 ; Wood, Swait, 2002 ; Hu *et al.*, 2019 ; Zhang *et al.*, 2018). L'étude a également constaté que l'esprit d'innovation, l'utilité perçue, la facilité d'utilisation et l'incertitude sont des facteurs d'acceptation des technologies Fintech par les seniors.

L'étude tempère toutefois l'importance de l'accessibilité et du coût d'accès qui n'ont pas une influence statistiquement significative sur l'intention d'utilisation de la Fintech. Ces deux facteurs avaient pourtant été identifiés par des recherches précédentes comme déterminants dans l'acceptation de la technologie par un senior (Chen, Chan, 2011 ; Cohen-Mansfield *et al.*, 2005 ; Heinz *et al.*, 2013 ; McCreadie, Tinker, 2005 ; Steele *et al.*, 2009 ; Tanriverdi, Iacono, 1999).

Ainsi, plus l'utilité perçue et la facilité d'utilisation des Fintech augmentent, plus l'intention d'utiliser les technologies Fintech croît ce qui prouve donc que le modèle TAM a été appliqué de la même manière aux personnes de plus de 55 ans. Les résultats intégrant d'autres variables montrent que plus l'esprit d'innovation est fort et l'incertitude faible, plus augmente l'intention d'utiliser les technologies Fintech. Ce résultat est cohérent avec l'étude de Lee (2014 a) qui a mis l'accent sur le facteur de fiabilité de la technologie qui réduit l'incertitude, le risque, etc., ce qui est considéré comme le facteur clé d'acceptation de la technologie par les seniors.

Il est donc possible de tirer de ces résultats théoriques plusieurs recommandations managériales.

Il apparaît utile de réaliser un travail pédagogique sur les technologies Fintech adapté aux différentes tranches d'âge. Ainsi, dès lors que les personnes de 55 à 64 ans ont un facteur d'acceptation des technologies Fintech plus élevé que celles de 65 ans ou plus, il serait plus efficace de distribuer des supports et manuels pédagogiques qui favorisent l'auto-apprentissage. Au contraire, dès lors que les personnes de 65 ans ou plus ont un faible niveau d'acceptation de la technologie, il serait nécessaire de développer et fournir un programme qui puisse accroître l'acquisition et l'utilisation d'une nouvelle technologie avec l'aide d'un formateur. Pour accroître la facilité d'utilisation perçue, un travail doit être réalisé par les concepteurs des services Fintech sur la simplicité de fonctionnement, d'utilisation et la mise en place d'interfaces ergonomiques et conviviales. Ces recommandations sont en lien avec le concept de géront'innovations qui s'intéresse à la mise en œuvre de procédés nouveaux ou de nouvelles méthodes de promotion et de communication à destination des seniors (Laperche, 2016 ; Laperche *et al.*, 2018). L'innovation, s'agissant des services proposés aux seniors, ne

s'arrête pas au seul aspect technologique. Le marché des services proposés par les Fintech aux seniors fonctionne comme un réseau qui combine différentes formes d'innovations (technologique, organisationnelle, marketing...) (Oget, 2021).

Par ailleurs, pour accroître l'acceptation de la technologie pour les seniors, il ne faut pas se limiter à l'utilité perçue et la facilité d'utilisation mais prendre aussi en compte d'autres facteurs tels que l'esprit d'innovation et l'incertitude. Plus particulièrement, dès lors que les seniors rencontrent des difficultés, liées notamment à la capacité cognitive et au déclin de la mémoire, à accepter la nouvelle technologie (Morris *et al.*, 2005 ; Posner, 1995), il serait important de réduire l'incertitude envers la technologie. Etant donné qu'ils sont demeurés inquiets sur les problèmes de cybersécurité présentés par les technologies Fintech, il paraît nécessaire de mettre en avant l'aspect sécuritaire bien que cet aspect puisse être à l'origine d'une diminution du nombre de fonctionnalités ou d'un niveau technologique faible, afin que le niveau d'acceptation des technologies Fintech et ainsi leur utilisation augmentent progressivement.

L'étude ayant démontré l'importance de la perception d'utilité des services Fintech, les stratégies de communication pourraient insister sur l'utilité des services Fintech comme une composante de l'outil numérique qui peut contribuer à un vieillissement réussi. L'étude a également permis d'identifier des facteurs qui n'étaient pas déterminants (accessibilité ou coût d'accès). Les services de communication peuvent donc cibler leur communication en fonction de ces éléments. Relativement peu d'études explorent l'utilisation des Fintech par les seniors. Notre étude, focalisée sur les services de paiement, peut permettre d'autres à d'autres services Fintech d'adapter leurs offres à ce segment du marché.

## Conclusion

Les seniors constituent une part de plus en plus importante de la population, ils représentent donc une opportunité de marché pour la Fintech. Les seniors peuvent toutefois manquer des compétences numériques nécessaires pour utiliser les services Fintech. Les caractéristiques démographiques tels que le revenu, l'éducation, la situation géographique, les éventuelles incapacités couplées à l'isolement social, les problèmes de sécurité en termes d'exposition à des risques tels que la fraude, etc. font qu'il est difficile pour les seniors d'utiliser et de profiter des possibilités offertes par la technologie (Roupa *et al.*, 2010). Ils peuvent également se montrer réticents face aux changements qu'implique la révolution numérique. Pourtant, au-delà de l'utilité directe de ces services, les outils numériques peuvent également permettre de pallier la perte de mobilité (McMellon, Schiffman, 2000).

Cet article apporte donc une contribution à la compréhension de ce phénomène et pourra aider les entreprises Fintech à inverser la tendance afin de séduire les seniors. Les seniors d'aujourd'hui ne ressemblent pas à ceux des générations précédentes. Ils sont en meilleure santé, plus enthousiastes à l'égard des nouvelles technologies et ils veulent profiter d'une vie dynamique. Cette recherche est plus que jamais d'actualité car une étude du CCAF (*Cambridge Centre for Alternative Finance*, 2020) montre une forte augmentation de l'utilisation ou de l'offre de nombreux produits de la Fintech pendant la pandémie de COVID-19, en particulier avec l'essor des paiements mobiles.

Le monde de la Fintech semble prendre bonne note du fait que les seniors ont toute leur place du côté de l'offre comme de la demande. La Fintech doit relever le défi d'attirer plus de nouveaux clients, un segment le plus âgé et concurrencer les acteurs en place.

Comme toute recherche, ce travail présente des limites. Notre cadre d'analyse se focalise sur les technologies Fintech qui représentent des technologies et innovations diverses. Dans des travaux ultérieurs, une analyse pourrait être conduite en séparant le haut niveau de technologie et le faible niveau de celle-ci. L'étude concernait également un échantillon composé de personnes vivant en milieu urbain (Séoul et sa banlieue), il paraît pertinent de la compléter par une étude s'intéressant à un échantillon de personnes issues d'un milieu rural ou péri-urbain car vivre dans ces territoires est traditionnellement perçu comme un facteur à risque concernant l'illectronisme. Séoul et la région de Gyeonggi concentrent quasiment la moitié de la population coréenne (25,5 millions d'habitants) et on y trouve l'essentiel du complexe industriel et des sièges des entreprises (comme Samsung) ce qui peut introduire des biais à cette étude.

Une segmentation plus fine s'agissant de l'âge pourrait également être réalisée. Les seniors de plus de 65 ans ne constituent certainement pas une catégorie homogène. Une étude sur l'« âge psychologique », c'est-à-dire l'âge ressenti par l'individu, pourrait être conduite. La littérature a pu démontrer que parfois l'« âge subjectif » était plus important que l'âge biologique (Guiot, 1999). Le niveau d'éducation et le niveau de revenu faisaient partie des variables de l'étude mais il aurait été intéressant d'y inclure le type d'emploi occupé et notamment la question de l'emploi d'outils numériques professionnels afin de mesurer l'influence que cela pourrait avoir sur l'utilisation de services Fintech. Il aurait été en outre intéressant d'étudier l'impact éventuel du fait de vivre en couple ou non sur l'acceptation de la technologie.

En outre, les prolongements possibles de cette étude concernent une prise en compte des diverses innovations technologiques conçues spécifiquement pour les personnes âgées et qui les assistent dans leur quotidien. Par ailleurs, notre échantillon est limité à des individus vivant en Corée du Sud. Il serait pertinent de tester le modèle dans d'autres pays afin notamment d'identifier d'éventuels biais ou spécificités culturelles. Des études qualitatives d'observation pourraient être réalisées pour bien comprendre les pratiques des populations seniors (qui peuvent refuser d'exprimer leurs besoins). Un suivi dans leur quotidien pourrait permettre de comprendre leurs pratiques.

Une étude qualitative pourrait également être engagée afin de mieux mettre en valeur d'éventuelles spécificités du contexte culturel de l'étude. La Corée du Sud, bien que la population âgée y soit moins importante qu'en France<sup>6</sup>, a dès 1992 mis en place un plan stratégique pour l'innovation vis-à-vis des populations âgées. Les initiatives publiques ont également placé les PME au centre de l'industrie des seniors (Hebel, 2010). En 2005, le « *Senior friendly industry promotion program* »<sup>7</sup> a notamment soutenu l'effort industriel dans le secteur du numérique. L'État coréen a également mis en place des infrastructures nécessaires à la recherche et au développement de produits ou de services à destination des seniors. Les politiques publiques coréennes semblent avoir créées un cadre favorable au développement de l'initiative privée qui peut jouer un rôle dans l'acceptation de ces technologies.

---

<sup>6</sup> Les plus de 65 ans représentaient en 2016 19,5% de la population française contre 13,6% de la population de Corée du sud. Etude de la Banque mondiale :

[https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.0014.TO.ZS?name\\_desc=false&view=chart](https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.0014.TO.ZS?name_desc=false&view=chart)

<sup>7</sup> <https://www.oecd.org/korea/36040477.pdf>

L'étude a principalement concerné des personnes qui sont nées après la guerre de Corée et ont connu voire participé aux transformations profondes du pays. On pourrait se demander si cela n'a pas un impact sur leur acceptation des nouvelles technologies ? Les seniors peuvent également continuer à avoir une activité rémunérée ou non (bénévole ou assistance familiale). En Corée du sud, le taux d'emploi des personnes âgées (à partir de 60 ans) est supérieur à la moyenne de l'OCDE (OCDE, 2019)<sup>8</sup>. Dans le cadre de cette activité ils peuvent être amenés à utiliser des outils digitaux ou des services fintech proposés aux professionnels. Il serait intéressant de déterminer si cette activité peut avoir un impact sur l'acceptation.

Il serait enfin intéressant de prolonger l'étude auprès de l'échantillon, en vérifiant son modèle prédictif, en interrogeant les répondants sur une utilisation réelle des services Fintech. Il serait dès lors pertinent de savoir si cette utilisation est due aux déterminants identifiés par les modèles TAM 1, 2 et 3 ou s'il s'agit d'une utilisation « forcée » due notamment à la pandémie de Covid-19 (l'étude ayant été conduite en amont de la pandémie).

## Références

- AGARWAL, R., KARAHANNA, E. (2000), Time Flies When you're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage, *MIS Quarterly*, 24(4), 665-694.
- AGARWAL, R., PRASAD, J. (1998), A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology, *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.
- ALLAYANNIS, Y., CARTWRIGHT, K. (2016), *Cutting through the Fog: Finding a Future with Fintech*, Darden Case No. UVA-F-1767.
- BAGOZZI, R. P., YI, Y. (1988), On the Evaluation of Structural Equation Models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- BAUER, R. A. (1960), Consumer Behavior as Risk Taking, in Hancock, R. S. (ed), *Dynamic Marketing for a Changing World*, American Marketing Association, 389-398.
- BENABID, M. (2019), Facteurs influençant l'intention d'achat dans le contexte des sites d'information d'actualité en ligne : une étude empirique par la théorie de l'acceptation technologique, *Question(s) de management*, 23(1), 117-134.
- BENTLER, P. M. (1990), Comparative Fit Indexes in Structural Models, *Psychological Bulletin*, 107(2), 238.
- BENTLER, P. M., BONETT, D. G. (1980), Significance Tests and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structures, *Psychological Bulletin*, 88(3), 588.
- BLAKE, M., VANHAM, P., HUGHES, D. (2016), 5 Things You Need to Know about Fintech. Retrieved from the link <https://www.weforum.org/agenda/2016/04/5-things-you-need-to-know-about-fintech/>: World Economic Forum.
- BPI FRANCE, LE LAB. (2016), *Disrupter la banque pour la sauver. Les Fintech, acteurs de la révolution numérique la finance*, 27 juin 2016.
- BOBILLIER CHAUMON, M.-E., DUBOIS, M., RETOUR, D. (2006), L'acceptation des nouvelles technologies d'information : le cas des systèmes d'information en milieu bancaire, *Psychologie du travail et des organisations*, 12(4), 247-262.

---

<sup>8</sup> 50% des 60-64 ans des pays de l'OCDE travaillent contre 60% en Corée et 20% des 65-69 ans des pays de l'OCDE travaillent contre 50% en Corée.

- BOBILLIER CHAUMON, M.-E. (2013), *Conditions d'usage et facteurs d'acceptation des technologies dans l'activité : questions et perspectives pour la psychologie du travail*, Mémoire d'habilitation à diriger des recherches, Grenoble 2. En ligne [http://greps.univ-lyon2.fr/medias/fichier/hdr-bobillier-%0Anov2013\\_1417698910465-pdf](http://greps.univ-lyon2.fr/medias/fichier/hdr-bobillier-%0Anov2013_1417698910465-pdf)
- BONVALET, C., CLEMENT, C., OGG, J. (2011), *Réinventer la famille : L'histoire des baby-boomers*, Paris, Presses universitaires de France.
- BROWNE, M. W., CUDECK, R. (1993), Alternative Ways of Assessing Model Fit, in Bollen, K. A., Long, J. S. (eds.), *Testing Structural Equation Models*, Newbury Park, CA, Sage, 136-162.
- CAMBRIDGE CENTRE FOR ALTERNATIVE FINANCE (2020), *Global COVID-19 FinTech Regulatory Rapid Assessment Study*, Cambridge Judge Business School, University of Cambridge, UK.
- CHEN, K., CHAN, A. H. S. (2011), A Review of Technology Acceptance by Older Adults, *Gerontechnology*, 10, 1-12.
- CHRISTENSEN, C. M., RAYNOR, M. E., MCDONALD, R. (2015), What is Disruptive Innovation, *Harvard Business Review*, 93(12), 44-53.
- CLAUZEL, A., RICHE, C. (2018), Quand le consommateur partage son avis en ligne : une approche comparative en hôtellerie et restauration. Le cas des seniors, *La Revue des Sciences de Gestion*, 289-290(1), 23-30.
- COHEN-MANSFIELD, J., CREEDON, M. A., THOMAS, B. M., KIRKPATRICK M. J., DUTRA, L. A., HERMAN, R. P. (2005), Electronic Memory Aids for Community-Dwelling Elderly Persons: Attitudes, Preferences, and Potential Utilization, *Journal of Applied Gerontology*, 24, 3-20.
- CRONBACH, L. J. (1951), Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests, *Psychometrika*, 16, 297-334.
- DAVIS, F. D. (1989), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 319-340.
- DELOITTE. (2019), *The Silver Avalanche, are you Repared?*, Deloitte Consulting Pte. Ltd.
- DOURISH, P. (2003), The Appropriation of Interactive Technologies: Some Lessons from Placeless Documents, *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 12(4), 465-490.
- FLYNN, L. R., GOLDSMITH, R. E. (1993), A Validation of the Goldsmith and Hofacker Innovativeness Scale, *Educational and Psychological Measurement*, 53, 1105-1116.
- FORNELL, C., LARCKER, D. F. (1981), Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- GEFEN, D., KARAHANNA, E., STRAUB, D. W. (2003), Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model, *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- GOLDSMITH, R., FLYNN, L. R. (1992), Identifying Innovators in Consumer Product Markets, *European Journal of Marketing*, 26(12), 42-55.
- GUIOT, D. (2006), Un cadre d'analyse du processus de vieillissement et de son influence sur le comportement d'achat du consommateur âgé, *Recherche et Applications en Marketing*, 21(1), 57-79.
- GUIOT, D. (1999), Age subjectif et segmentation des seniors, *Décisions Marketing*, 18, 15-23.
- HEBEL, P. (2010), La consommation de services par les seniors et le poids des contraintes socio-économiques, *Gérontologie et société*, 33(135), 37-53.
- HEINZ, M., MARTIN, P., MARGRETT, J. A., YEARNNS, M., FRANKE, W., YANG, H. I., CHANG, C. K. (2013), Perceptions of Technology among Older Adults, *Journal of Gerontological Nursing*, 39(1), 42-51.

- HSIAO, C. H., YANG, C. (2011), The Intellectual Development of the Technology Acceptance Model: A Co-Citation Analysis, *International Journal of Information Management*, 31(2), 128-136.
- HOFFMAN, D. F., NOVAK, T. P., PERALTA, M. (1999), Building Consumer Trust Online, *Communications of the ACM*, 42(4), 80-85.
- HU, Z., DING, S., LI, S., CHEN, L., YANG, S. (2019), Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model, *Symmetry*, 11, 340.
- IM, I., KIM, Y., HAN, H. J. (2008), The Effects of Perceived Risk and Technology Type on Users Acceptance of Technologies, *Information & Management*, 45, 1-9.
- KANG, H. G., MAHONEY, D. F., HOENIG, H., HIRTH, V. A., BONATO, P., HAJJAR, I. (2010), In situ monitoring of health in older adults: technologies and issues, *J Am Geriatr Soc.*, 58(8), 1579-86.
- KOTTER, J. P., RATHGEBER, H. (2006), *Our Iceberg is Melting: Changing and Succeeding under any Conditions*, New York, NY, St. Martin's Press.
- LAPERCHE, B., BOUTILLIER, S., DJELLAL, F., INGHAM, M., LIU, Z., PICARD, F., REBOUD, S., TANGUY, C., UZUNIDIS, D. (2018), Innovating for Elderly People: The Development of Geront'innovations in the French Silver Economy, *Technology Analysis & Strategic Management*, 31, 462-476.
- LAPERCHE, B. (2016), *Géront'innovations. Trajectoires d'innovation and une économie vieillissante*, Brussels, Peter Lang.
- LEAVITT, C., WALTON, J. (1975), Development of a Scale for Innovativeness, *Advances in Consumer Research*, 2, 545-554.
- LEE, C. (2014) a, The Role of Trust in Older Adults' Adoption and Use of Technology, *GSA 2014 Annual Scientific Meeting*, Washington, GSA, 1-7.
- LEE, C. (2014) b, *User-Centered System Design in an Aging Society: An Integrated Study on Technology Adoption*, Ph Dissertation, MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY.
- LEE, C., COUGHLIN, J. F. (2015), PERSPECTIVE: Older Adults' Adoption of Technology: An Integrated Approach to Identifying Determinants and Barriers, *Journal of Product Innovation Management*, 32(5), 747-759.
- LEE, C., MYRICK, R., D'AMBROSIO, L. A., COUGHLIN, J. F., DE WECK, O. L. (2013), Older Adults' Experiences with Technology: Learning from their Voices, in Stephanidis, C. (eds), *HCI International 2013 - Posters' Extended Abstracts*, HCI 2013. Communications in Computer and Information Science, Berlin, Heidelberg, Springer, 373.
- LEE, Y., KOZAR, K. A., LARSEN, K. R. T. (2003), The Technology Acceptance Model: Past, Present, and Future, *Communications of the Association for Information Systems*, 12(1), 752-780.
- LEGRIS, P., INGHAM, J., COLLERETTE, P. (2003), Why do People Use Information Technology? A Critical Review of the Technology Acceptance Model, *Information & Management*, 40(3), 191-204.
- LLORCA, M. (2017), Les banques aux prises avec les Fintech, *L'Économie politique*, 3(3), 43-58.
- MARANGUNIĆ, N., GRANIĆ, A. (2015), Technology Acceptance Model: A Literature Review from 1986 to 2013, *Universal Access in the Information Society*, 14(1), 81-95.
- MCCREADIE, C., TINKER, A. (2005), The Acceptability of Assistive Technology to Older People, *Ageing & Society*, 25(1), 91-110.
- MCMELLON, C.-A., SCHIFFMAN, L.-G. (2000), Cybersenior Mobility: Why some Older Consumers may be Adopting the Internet, *Advances in Consumer Research*, 27, 139-144.
- MIESZALA, J.-C. (2015), La révolution technologique des systèmes financiers : l'exemple de la banque de financement et d'investissement, *Revue d'économie financière*, 118(2), 53-66.

- MOSCHIS, G., MATHUR, A. (2007), *Baby Boomers and their Parents: Surprising Findings about Their Lifestyles, Mindsets and Well-Being*, Ithaca, NY, Paramount Market Books.
- MORIARTY, R. T., KOSNIK, T. J. (1989), High-tech Marketing: Concepts, Continuity, and Change, *MIT Sloan Management Review*, 30(4), 7.
- MORRIS, M. G., VENKATESH, V., ACKERMAN, P. L. (2005), Gender and Age Differences in Employee Decisions about New Technology: An Extension to the Theory of Planned Behavior, *IEEE Transactions on Engineering Management*, 52(1), 69-84.
- NIELSEN, J. (1994), *Usability Engineering*, Boston, MA, Academic Press.
- OCDE. (2019), *Pensions at a Glance 2019: OECD and G20 Indicators*, OECD Publishing, Paris. Retrieve from the link <https://doi.org/10.1787/b6d3dcfc-en>.
- OGET, Q. (2021), When Economic Promises Shape Innovation and Networks: A Structural Analysis of Technological Innovation in the Silver Economy, *Journal of Innovation Economics & Management*, 35, 55-80.
- PALFREY, J., GASSER U. (2008), *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*, New York, Basic Books.
- PAVLOU, P. A. (2003), Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model, *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- PEEK, S. T., WOUTERS, E. J., VAN HOOFF, J., LUIJKX, G., BOEIJE, H. R., VRIJHOEF, H. J. (2014), Factors Influencing Acceptance of Technology for Aging in Place: A Systematic Review, *International Journal of Medical Informatics*, 83(4), 235-248.
- PLUCHART, J.-J. (2017), Vers une nouvelle esthétique bancaire, *Vie & sciences de l'entreprise*, 203(1), 9-21.
- POSNER, R. A. (1995), *Aging and Old Age*, Chicago, University of Chicago Press.
- RAJU, P. S. (1980), Optimum Stimulation Level: Its Relationship to Personality, Demographics, and Exploratory Behavior, *Journal of Consumer Research*, 7, 272-282.
- REICHELDT, F. F., SCHEFTER, P. (2000), E-loyalty: Your Secret Weapon on the Web, *Harvard Business Review*, 78(4), 105-113.
- ROGERS, E. M. (1995), *Diffusion of Innovations*, New York, NY, Free Press.
- ROUPA, Z., NIKAS, M., GERASIMOU, E., ZAFEIRI, V., GIASYRANI, L., KAZITORI, E. (2010), The use of technology by the elderly, *Health science journal*, 118-126.
- SAGNIER, C., LOUP-ESCANDE, É., VALLERY, G. (2019), Acceptabilité de la réalité virtuelle : une revue de la littérature, *Le travail humain*, 82(3), 183-212.
- SENGES, E., GUIOT, D., MALAS, Z. (2014), Peut-on prédire la consommation des 50-65 ans à partir du critère du Bien Vieillir Désiré ?, *Décisions Marketing*, 76, 13-28.
- STEIGER, J. H., LIND, J. (1980), Statistically Based Tests for the Number of Common Factors, in the *Annual meeting of the Psychometric Society*, Iowa City, IA.
- STEENKAMP, J. E., BAUMGARTNER, H. (1992), The Role of Optimum Stimulation Level in Exploratory Consumer Behavior, *Journal of Consumer Research*, 19, 434-448.
- STEELE, R., LO, A., SECOMBE, C., WONG, Y. K. (2009), Elderly Persons' Perception and Acceptance of Using Wireless Sensor Networks to Assist Healthcare, *International Journal of Medical Informatics*, 78, 788-801.
- TANRIVERDI, H., IACONO, S. (1999), Diffusion of Telemedicine: A Knowledge Barrier Perspective, *Telemedicine Journal*, 5(3), 223-44.
- VAILLANT, G. E., MILOFSKY, E. (1980), The Natural History of Male Psychological Health: Empirical Evidence for Erikson's Model of the Life Cycle, *American Journal of Psychiatry*, 137(11), 1348-1359.
- VENKATESH, V., THONG, J. Y., XU, X. (2012), Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.

- VENKATESH, V., BALA, H. (2008), Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions, *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.
- VENKATESH, V., DAVIS, F. D. (2000), A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies, *Management Science*, 46(2), 186-204.
- VENKATESH, V., DAVIS, D., MORRIS, M. (2007), Dead or Alive? The Development, Trajectory and Future of Technology Adoption Research, *Journal of AIS*, 8(4).
- VENKATESH, V., MORRIS, M. G., DAVIS, G. B., DAVIS, F. D. (2003), User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- WANG, A., REDINGTON, L., STEINMETZ, V., LINDEMAN, D. (2010), The ADOPT model: Accelerating Diffusion of Proven Technologies for Older Adults, *Ageing International*, 36(1), 29-45.
- WIXOM, B. H., TODD, P. A. (2005), A Theoretical Integration of User Satisfaction and Technology Acceptance, *Information Systems Research*, 16(1), 85-102.
- WOOD, S. L., SWAIT, J. (2002), Psychological Indicators of Innovation Adoption: Cross- Classification Based on Need for Cognition and Need for Change, *Journal of Consumer Psychology*, 12(1), 1-13.
- ZHANG, T., LU, C., KIZILDAG, M. (2018), Banking “On-the-go”: Examining Consumers’ Adoption of Mobile Banking Services, *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10, 279-295.

## Annexe

**Les variables retenues sont mesurées par des items issus de la littérature antérieure et adaptés à la présente enquête.**

		<b>Item</b>	<b>Auteur</b>
<b>Utilité perçue</b>	(1) ... when I choose and buy a new technology Quand je choisi et j’achète une nouvelle technologie (les services de paiement),	It is important for me to think about the potential benefits that a technology can provide...	Lee (2014 b, p. 246-257) Lee, Coughlin (2015)
	(2) ... when I start to use a new technology Quand je commence à utiliser une nouvelle technologie	Il est important de réfléchir aux avantages potentiels que ces technologies peuvent m’apporter	

	<b>Item</b>		<b>Auteur</b>
<b>Facilité d'utilisation</b>	(1) ... when I choose and buy a new technology Quand je choisi et j’achète une nouvelle technologie (les services de paiement),	It is important for me to think about if a technology is easy for me to use...	Lee (2014 b, p. 246-257) Lee, Coughlin (2015)
	2) when I start to use a new technology	Il est important	

	Quand je commence à utiliser une nouvelle technologie	que je trouve facilement comment utiliser cette technologie	
--	---	---	--

	Item		Auteur
<b>Accessibilité</b>	(1) ... when I choose and buy a new technology Quand je choisis et j'achète une nouvelle technologie (les services de paiement)	It is important for me to think about where I can get a technology...	Lee (2014 b, p. 246-257) Lee, Coughlin (2015)
	2)... when I start to use a new technology Quand je commence à utiliser une nouvelle technologie	Il est important de penser où je peux obtenir cette technologie	

	Item		Auteur
<b>Le coût d'accès</b>	(1) ... when I choose and buy a new technology Quand je choisis et j'achète une nouvelle technologie (les services de paiement)	It is important for me to think about the costs associated with getting a technology ...	Lee (2014 b, p. 246-257) Lee, Coughlin (2015)
	2) ... when I start to use a new technology Quand je commence à utiliser une nouvelle technologie	Il est important de penser au coût de cette nouvelle technologie	

	Item	Auteur
<b>Incertitude</b>	(1) It is probable that . . . would not be worth its cost Il est probable que. . . ne vaudrait pas son prix	Im <i>et al.</i> (2008, p. 5)
	(2) It is probable that . . . would frustrate me because of its poor performance Il est probable que. . . me frustrerait à cause de ses mauvaises performances	
	(3) Comparing with other technologies, using . . . has more uncertainties En comparant avec d'autres technologies, l'utilisation de . . . a plus d'incertitudes	
	(4) It is uncertain whether . . . would be as effective as I think Il n'est pas certain que . . . serait aussi efficace que je pense	

	Item	Auteur
<b>Esprit</b>	(1) Among my peers, I am usually the first to try out new information technologies. Parmi mes pairs, je suis généralement le premier à essayer les nouvelles technologies de l'information.	Agarwal et Karahanna (2000, p. 30)

<b>d'innovation</b>	(2) In general, I am hesitant to try out new information technologies. En général, j'hésite à essayer les nouvelles technologies de l'information.	
	(3) I like to experiment with new information technologies. J'aime expérimenter les nouvelles technologies de l'information	
	(4) I heard about a new information technology, I would look for ways to experiment with it. J'ai entendu parler d'une nouvelle technologie de l'information, je vais chercher des moyens de l'expérimenter	

	<b>Item</b>	<b>Auteur</b>
<b>Intention d'utilisation de la Fintech</b>	Are you planning to buy or start using any technologies in the near future? Envisagez-vous d'acheter ou de commencer à utiliser des technologies dans un avenir proche ? Quoi et pourquoi ?	Lee (2014 b, p. 246-257) Lee et Coughlin (2015)