**Dwie na trzy płatności w 2024 roku w Polsce to transakcje bezgotówkowe. Najnowsze dane**

**W ubiegłym roku blisko 70 proc. wszystkich płatności detalicznych w Polsce stanowiły transakcje bezgotówkowe. Najczęściej Polacy płacili kartami płatniczymi (41 proc.) oraz za pomocą telefonu, zegarka czy biżuterii z funkcją NFC (18 proc.). Już 11 czerwca startuje promująca nowoczesne płatności kampania Pay As You Like – kolejna odsłona We Did It In Poland, przy współpracy Fundacji WłączeniPlus oraz Fundacji Polska Bezgotówkowa. Pay As You Like pokazuje jak przyjazny jest ekosystem płatności bezgotówkowych w Polsce, z którego na co dzień korzystają przedsiębiorcy oraz miliony konsumentów.**

Udział płatności cyfrowych w liczbie płatności detalicznych w Polsce w 2005 r. wynosił zaledwie **2 proc.** – wynika z danych Fundacji Polska Bezgotówkowa. Jednak już w 2016 r. była w ten sposób realizowana **co trzecia transakcja**. W 2020 r. ponad połowę (**54 proc.**) płatności detalicznych stanowiły te bezgotówkowe, a 2024 r. jest to już **69 proc.** wszystkich transakcji. Co ważne, w ciągu ponad 7 lat działalności Fundacji liczba terminali płatniczych na polskim rynku zwiększyła się z 0,6 mln w 2018 r. do 1,3 mln w 2024 r., co zapewniło Polsce awans z 16. na 7. miejsce w Europie pod względem liczby terminali na 1000 mieszkańców. Zmiana ta została zauważona i doceniona przez konsumentów, którzy bardzo chętnie korzystają z płatności cyfrowych. Dane towarzyszą kolejnej odsłonie kampanii [We Did It In Poland](https://wediditinpoland.eu/), która ma na celu promowanie polskich osiągnięć w kraju i za granicą.

– *Kolejna odsłona kampanii We Did It In Poland to odpowiedź na rosnące zainteresowanie tym, co dzieje się w polskim sektorze technologicznym i finansowym. Widzimy, że polski rynek płatności bezgotówkowych rozwija się dynamicznie i może być inspirującym przykładem skutecznej cyfryzacji. Celem kampanii jest pokazanie tego postępu w szerszym, międzynarodowym kontekście – jako dowodu na to, że Polska nie tylko adaptuje nowoczesne rozwiązania, ale robi to na dużą skalę i z imponującą skutecznością* – mówi **Olga Kozierowska, pomysłodawczyni kampanii We Did It In Poland, członkini Rady Organizacji Pozarządowych ds. Prezydencji Polski w Radzie Unii Europejskiej, prezeska Fundacji WłączeniPlus**.

**Dwie na pięć transakcji to te dokonywane kartą płatniczą**

W punktach handlowo-usługowych jeszcze w 2018 roku płatności bezgotówkowe stanowiły 43 proc. transakcji, a już w 2024 roku było to blisko 70 proc. Dwie na trzy stanowiły transakcje bezgotówkowe, w tym **41 proc. – kartą płatniczą**, **18 proc. – mobilnym NFC**, **4 proc. – Blik**, a **6 proc. – inne metody płatności, np. za pomocą aplikacji**.

Polacy najczęściej dokonywali transakcji bezgotówkowych za pomocą karty płatniczej i zbliżeniowe płatności NFC w **sklepach z obuwiem i odzieżą – 72 proc.** wszystkich płatności. Niewiele mniej odnotowano w **drogeriach i aptekach (71 proc.)** oraz w **sklepach z AGD/RTV, meblami oraz materiami budowlanymi (70 proc.)**.

**Coraz częściej bezgotówkowo płacimy za parkowanie, autostrady oraz komunikację**

Na przestrzeni ostatnich lat w wielu branżach odnotowano znaczny wzrost udziału płatności cyfrowych. Są to m.in. **opłaty za parkowanie i autostradę**, które jeszcze w 2018 roku bezgotówkowo realizowane były zaledwie w przypadku10 proc. transakcji, obecnie jest to już 51 proc. (wzrost o 42 pp.). Wzrósł także udział płatności bezgotówkowych w **automatach sprzedażowych** (o 39 pp. z 31 proc. do 69 proc.), a także przy **opłatach w komunikacji publicznej i taxi** (o 33 pp. z zaledwie 9 proc. do 41 proc.).

– *Od początku istnienia Fundacji Polska Bezgotówkowa wspieramy transformację płatniczą w Polsce, a dziś wyraźnie widać jej efekty – płatności cyfrowe rosną nie tylko w sklepach czy e-commerce, ale również w takich sektorach jak transport, usługi czy sprzedaż automatyczna. To pokazuje, że cyfryzacja staje się realnym standardem i wsparciem w codziennym życiu i prowadzeniu biznesu. Naszą misją jest kreowanie przyszłości płatności z korzyścią dla konsumentów i biznesu – szczególnie wśród małych i średnich przedsiębiorców, którzy coraz chętniej sięgają po nowoczesne technologie płatnicze jako narzędzie rozwoju* – mówi **Joanna Erdman, prezeska zarządu Fundacji Polska Bezgotówkowa**.

W ramach [We Did It In Poland](https://wediditinpoland.eu/)startuje międzynarodowa kampania branżowa fintech przy współpracy z Fundacją Polska Bezgotówkowa – **Pay As You Like**. Kampania wizerunkowa promuje nowoczesny ekosystem płatności bezgotówkowych, który dynamicznie rozwija się w Polsce, dzięki licznym instytucjom finansowym i współpracy całego sektora. Kampania podkreśla korzyści płynące z ekosystemu dla wszystkich grup jego odbiorców: konsumentów (codzienne płatności), przedsiębiorców z sektora MŚP (korzyści biznesowe). W jej ramach powstał spot telewizyjny, który będzie emitowany w telewizji anglojęzycznej w Europie i na świecie.

