

Face à DocuSign, Yousign dégage une première offre gratuite à destination du grand public

Pour célébrer ses dix ans d'existence, Yousign veut marquer le coup. La société lance ainsi sa toute première offre B2C pour séduire les particuliers. Ces derniers pourront en bénéficier sans déboursier un seul centime.

Temps de lecture : minute

10 octobre 2023

Nouvelle étape pour Yousign. Après s'être concentré sur les besoins des TPE et PME pendant une décennie, la société française annonce aujourd'hui le lancement d'une toute première offre gratuite qui s'adresse au grand public. Une manière pour l'entreprise de participer à la digitalisation des usages, alors que chacun est amené à signer ou faire signer au quotidien de nombreux documents (vie scolaire, impôts, santé, mariage, PACS, immobilier, héritage, décès...).

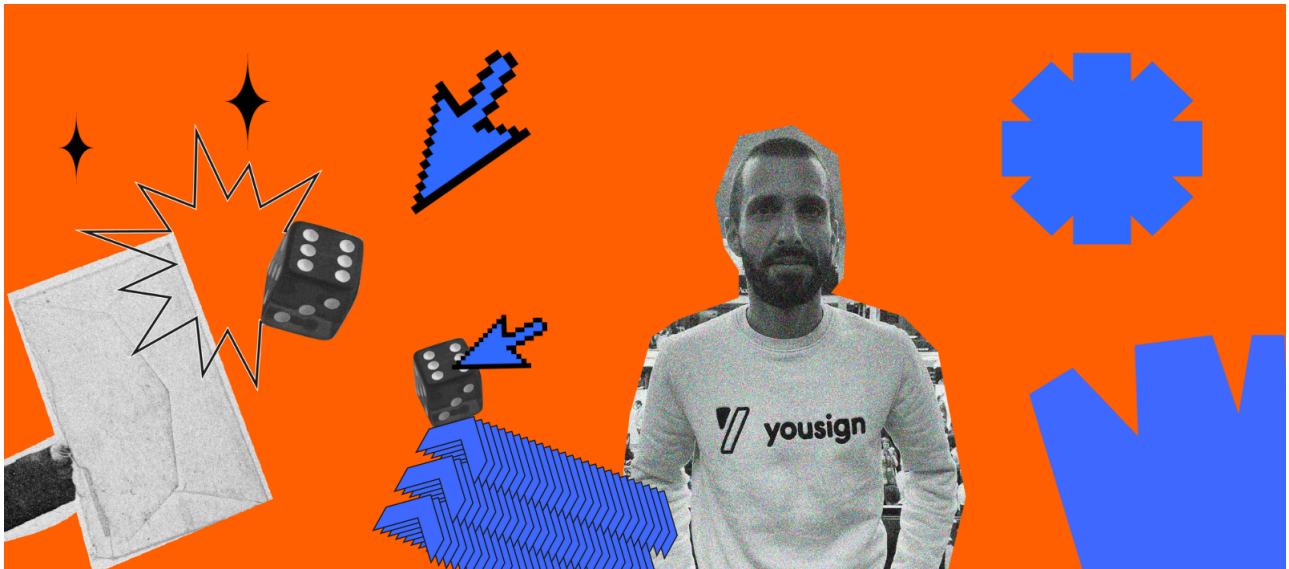
Avec le lancement de cette, Yousign espère ainsi accélérer la démocratisation de la signature électronique dans l'Hexagone. «*En arrivant dans les foyers, nous voulons faciliter le quotidien des Français et leur faire gagner du temps dans leurs tâches administratives. Nous voulons apporter une solution simple et efficace pour en finir avec la paperasse, en adéquation avec les mutations de la société*», indique Alban Sayag, CEO de Yousign. «*Nous voulions continuer à évangéliser. Cette offre B2C, c'est une première. Elle sera entièrement gratuite pour les particuliers afin d'avoir une adoption massive*», ajoute-t-il auprès de

Maddyness. A titre de comparaison, DocuSign, poids lourd du secteur qui détient 40 % du marché français, propose certes une offre pour les particuliers, mais payante (9 € par mois ou 108 € par an).

87 % des Français ont déjà eu recours à la signature électronique, mais...

En amenant directement et surtout gratuitement la signature électronique au grand public, Yousign va élargir son vivier de clients potentiels qui pourraient être tentés de souscrire à une offre payante dans le cadre de leurs activités professionnelles. Car si 87 % des Français ont déjà eu recours à la signature électronique, ils ne sont que 27 % à envoyer des documents à signer, selon une étude réalisée par Yousign avec Ipsos auprès d'un panel de 1 000 répondants. De plus, 70 % des Français utilisent la signature électronique moins d'une fois par mois, ce qui est relativement peu. Par conséquent, le marché potentiel à exploiter est conséquent.

La marge de manœuvre est d'autant plus grande que 55 % des Français souhaitent que la signature électronique soit plus largement utilisée en France, notamment dans l'administration publique (impôts, sécurité sociale, etc.) mais aussi dans le secteur bancaire et financier (43 %). En revanche, ils sont moins enthousiastes pour des usages dans des secteurs comme la santé (consentement électronique, dossier médical, etc.) ou l'immobilier (contrats de location, de vente, etc.). De manière globale, l'usurpation d'identité (28 %), le manque de confiance dans le stockage de données (20 %) et la peur d'accepter quelque chose sans le savoir (20 %) figurent parmi les principaux freins à son adoption par les Français. Mais 73 % des Français assurent qu'il est positif d'abandonner le papier au profit du digital, selon l'étude de Yousign. Un constat qui a sans doute incité la société tricolore à sauter le pas pour proposer une première offre B2C une décennie après sa création.



À lire aussi
Dix ans après sa création, Yousign veut aller au-delà de la signature électronique



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

