

L'état des paiements canadiens en 2024

Des perspectives obtenues auprès de plus
de 2 800 décideurs d'affaires canadiens en
matière de traitement des paiements.



Visitez chase.ca

Une note de la présidente



Lorsqu'il s'agit de payer, les Canadiens disposent d'options. D'ailleurs, nous sommes dans une période de renaissance des paiements, marquée par une modernisation et une innovation rapides dans la technologie des paiements couvrant tous les secteurs d'activité. Les consommateurs s'attendent à une variété de modes de paiement et choisissent souvent des options numériques.

Les progrès rapides de l'innovation en matière de paiement servent les clients et aident également les entreprises, comme la vôtre, à améliorer leur efficacité. Les entreprises qui tirent parti des avantages d'un système de point de vente (PDV), c'est-à-dire des transactions simplifiées, une gestion précise des stocks et des renseignements sur les ventes en temps réel, ont de meilleures chances de prospérer dans ce paysage en évolution rapide. Aujourd'hui, les paiements connectés portables et les kiosques virtuels se classent parmi les options de paiement émergentes les plus demandées pour les entreprises canadiennes (en savoir plus à la page 34), et les entreprises devraient envisager de se préparer à adopter ces options.

C'est une période passionnante pour l'industrie canadienne des paiements, et je suis ravie de partager les tendances dévoilées dans notre deuxième rapport annuel sur l'état des paiements canadiens. J'espère que ces observations aideront votre entreprise à prospérer en 2024 et au-delà. Nous sommes toujours là pour soutenir votre entreprise lorsque vous avez besoin de nous.

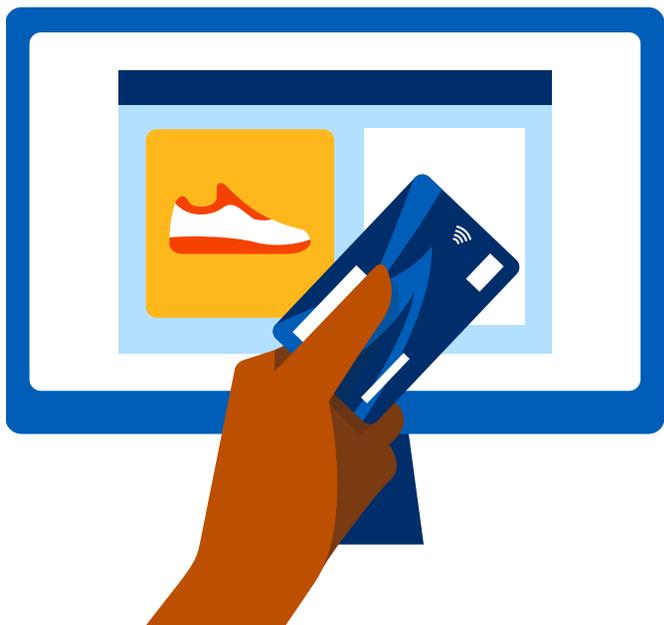
A handwritten signature in black ink that reads "Marilu".

Marilu Gaudio

Présidente des Solutions de paiement de Chase Canada

Dans ce rapport

La façon dont les Canadiens travaillent, magasinent et paient continue d'évoluer rapidement. Par exemple, [l'Enquête canadienne sur la situation des entreprises](#) de l'été 2023 de Statistique Canada a révélé que les entreprises prévoient accepter davantage de paiements numériques et sans contact au cours des 12 prochains mois.



Pour mieux comprendre l'état actuel des paiements canadiens comparativement au [rapport de l'an dernier](#), nous avons mené un sondage en 2023 auprès de plus de **2 800 décideurs en matière de traitement des paiements** ayant un emplacement commercial principal au Canada. Chaque entreprise a généré entre **50 000 \$ et 20 millions \$** de revenus, et **60 % ou plus** de leur revenu annuel total provenaient de cartes de crédit ou de débit.

Les répondants ont travaillé avec une variété de fournisseurs de traitement des paiements différents, et seulement quelques-uns étaient des clients de Chase. Dans ce rapport, nous désignerons les personnes que nous avons interrogées en utilisant les termes « répondants au sondage » ou « répondants ».



Nous avons analysé plusieurs sous-groupes clés, notamment les suivants :

Secteurs d'activité



Le commerce électronique



La restauration



La vente au détail



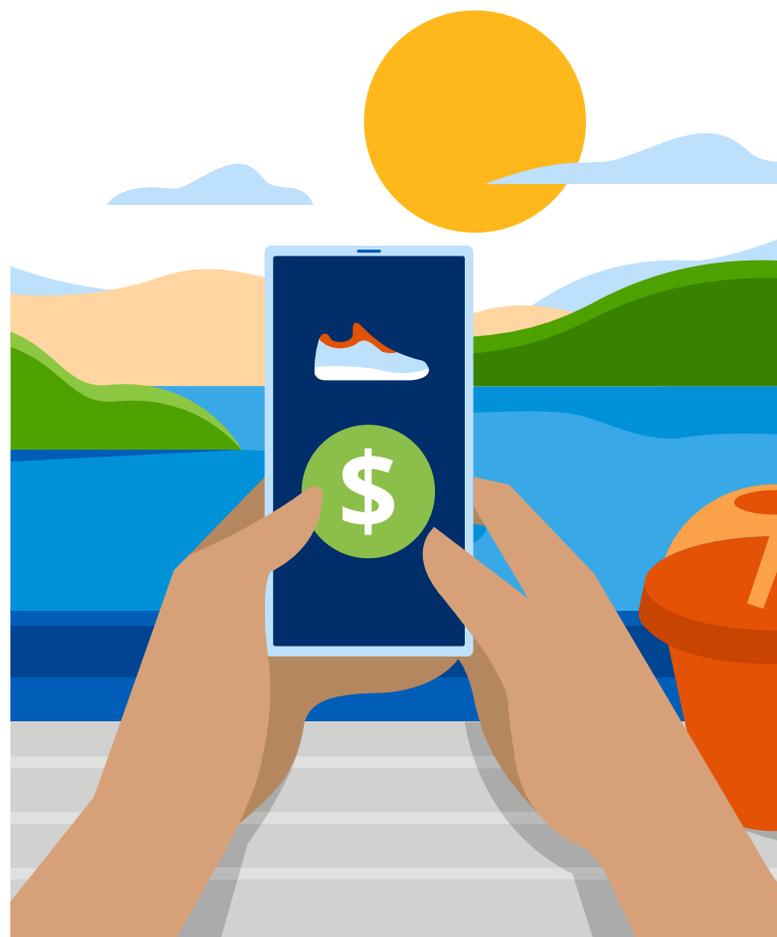
Les soins de santé



Les services professionnels

Ce rapport répondra aux questions suivantes :

-  Quels sont les principaux facteurs d'adoption et de loyauté des répondants en ce qui concerne les services de traitement des paiements?
-  Quelles sont les tendances émergentes en matière de paiements?
-  En quoi les segments diffèrent-ils dans leur utilisation des services de paiement?
-  Quels éléments les répondants devraient-ils prendre en considération lorsqu'ils prennent des décisions de paiement en 2024?



Pour en savoir plus sur les données démographiques de nos répondants au sondage, consultez la page 66.

Table des matières

Sommaire exécutif 7

CHAPITRE 1

Analyse de l'industrie 8

CHAPITRE 2

Tendances de l'industrie 14

CHAPITRE 3

Comparaison des segments 41

CHAPITRE 4

Facteurs à considérer 59

Données démographiques
du sondage 65

Sommaire exécutif

Nos recherches originales indiquent que nos répondants au sondage ont sous-estimé la nécessité d'offrir une variété d'options de paiement bien que les consommateurs canadiens continuent de rechercher des solutions numériques faciles. Les répondants avaient un fort désir de rester à jour avec les services de traitement des paiements les plus récents, et ils étaient ouverts à adopter un nouveau fournisseur pour non seulement augmenter la commodité et la sécurité pour eux-mêmes et leurs clients, mais aussi pour renforcer leur avantage concurrentiel.

CHAPITRE 1

Analyse de l'industrie

Nous explorons les attitudes des répondants à l'égard des nouveaux services de traitement des paiements et leur désir de rester fidèles à leur fournisseur de services de traitement des paiements actuel ou de passer à un nouveau. Nous couvrons également les facteurs clés qui incitent les répondants à demeurer loyaux ou à changer.

CHAPITRE 2

Tendances de l'industrie

Nous discutons des expériences des répondants avec six tendances clés en matière de paiement : les portefeuilles mobiles, les paiements par cartes de crédit sans contact, les paiements de pair à pair (P2P), les paiements sans espèces, la cryptomonnaie et les paiements « Achetez maintenant, payez plus tard » (AMPPT). Nous explorons ensuite les facteurs et les obstacles à l'adoption de nouvelles options de paiement ainsi que les taux d'adoption des méthodes émergentes suivantes : les paiements biométriques, les paiements sans contact sur les appareils portables, les kiosques virtuels, les applications de paiement en réalité augmentée et les plateformes de messagerie.

CHAPITRE 3

Comparaison des segments

Nous examinons en profondeur les attitudes des répondants à l'égard des technologies de paiement et des fournisseurs dans cinq segments spécifiques : le commerce électronique, les soins de santé, les services professionnels, la restauration et la vente au détail. Ensuite, nous explorons les attitudes envers la technologie de paiement par trois tranches d'âge différentes.

CHAPITRE 4

Facteurs à considérer

Nous examinons les principaux points à retenir de notre recherche et partageons ce que nous croyons que les décideurs en matière de traitement des paiements devraient garder à l'esprit lorsqu'il s'agit d'innovations en matière de paiement pour l'année à venir.



CHAPITRE 1

Analyse de l'industrie

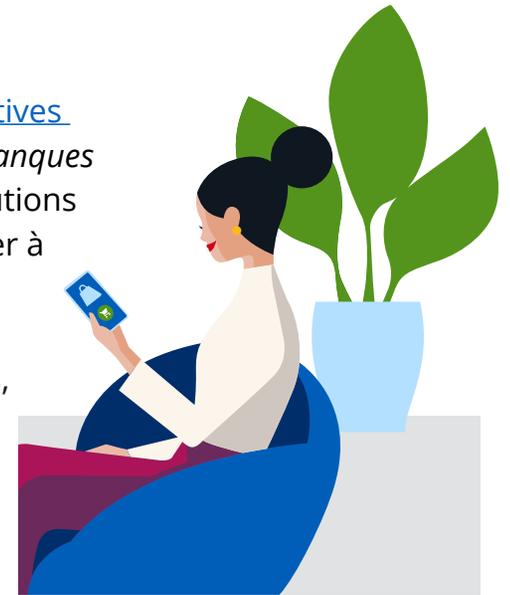
ANALYSE DE L'INDUSTRIE

L'abandon des modes de paiement traditionnels n'est pas tout à fait nouveau. Mais au lendemain de 2020, et au cours des années suivantes, un nouveau territoire de besoins et de préférences des consommateurs a accéléré le rythme de l'adoption des paiements numériques et sans contact.

En plus des besoins des consommateurs qui ont entraîné des changements, plusieurs [initiatives canadiennes de modernisation des paiements](#), y compris des modifications à la *Loi sur les banques* et à la *Loi sur le Bureau du surintendant des institutions financières*, ont proposé que les institutions financières adoptent l'innovation pour faire face à certains risques et, en fin de compte, aider à renforcer l'économie canadienne.

Bien que bon nombre de nos répondants soient restés fidèles à leurs fournisseurs actuels, la majorité d'entre eux étaient impatients d'innover, ce qui pourrait signifier explorer de nouvelles options de traitement des paiements.

La plupart des répondants souhaitaient se tenir au courant de la technologie de paiement, et beaucoup ont activement effectué des mises à niveau pour être à jour quant aux dernières technologies en matière de services de traitement des paiements.



PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE

72 % ont déclaré s'assurer que leur entreprise était à jour quant aux derniers services de traitement des paiements novateurs.

71 % ont déclaré qu'offrir les dernières innovations en matière de services de traitement des paiements était un moyen pour leur entreprise de se démarquer de la concurrence.

71 % ont déclaré être au courant des dernières technologies en matière de services de traitement des paiements.

71 % ont déclaré que leurs clients s'attendaient à ce qu'ils offrent les derniers services de traitement des paiements.

La plupart des répondants voulaient offrir une sélection d'options de paiement établies et étaient prêts à ajouter un nouveau fournisseur pour accroître la commodité, la sécurité et/ou leur avantage concurrentiel.

PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE



76 %

ont déclaré qu'il était important d'offrir uniquement les options de traitement des paiements les mieux établies ou les plus fiables à leurs clients.



74 %

ont déclaré qu'il était important d'offrir une vaste gamme d'options de traitement des paiements à leurs clients.

Selon l'[Enquête canadienne sur la situation des entreprises de 2023](#) de Statistique Canada, les entreprises qui n'avaient pas accepté certains modes de paiement ont signalé des inquiétudes concernant les frais de service, la sécurité, la confidentialité et l'incompatibilité avec de l'équipement ou des logiciels existants.

Les répondants avaient également des facteurs spécifiques en tête lors de l'évaluation des fournisseurs potentiels. Ils ont déclaré que les **facteurs les plus importants** pour évaluer un nouveau processeur de paiement étaient :



La sécurité



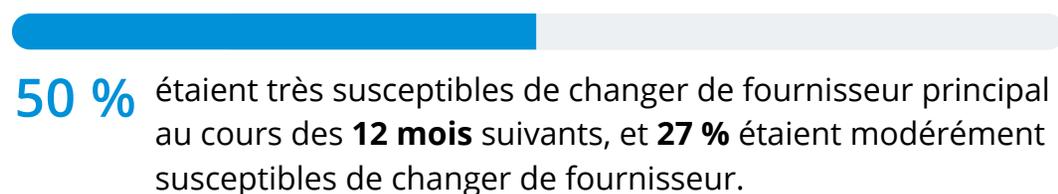
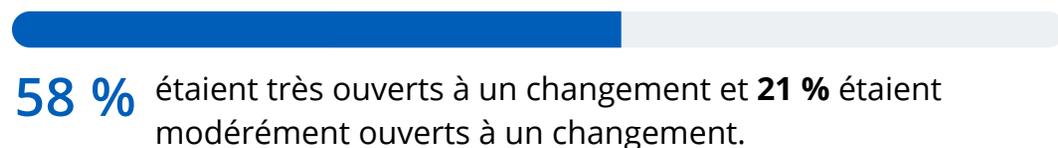
La vitesse



Le service à la clientèle

En 2022, **67 %** des répondants étaient extrêmement ou très ouverts à un changement de fournisseur, tandis que **19 %** étaient quelque peu ouverts au changement de fournisseur, comparativement à **58 %** qui étaient très ouverts au changement et à **21 %** qui étaient modérément ouverts au changement l'an dernier.

PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE L'AN DERNIER



Les répondants étaient avec leur fournisseur de traitement des paiements depuis en moyenne **quatre ans** et ils ont déclaré que **ces facteurs étaient les plus importants** pour la fidélité des fournisseurs :



Les produits et services



La sécurité (sécurité contre les violations de données)



La sécurité (sécurité contre les activités frauduleuses)



La réputation



Le service à la clientèle



Le coût

Les répondants se sont concentrés sur des détails clés non seulement lorsqu'ils ont changé de fournisseurs, mais aussi lorsqu'ils ont investi dans de l'équipement de traitement des paiements nouveau. Lors du choix d'un terminal ou d'un lecteur de cartes point de vente, nos répondants au sondage ont indiqué ces **facteurs comme étant les plus importants** lors de leur recherche :



La sécurité



L'étendue des types de paiement acceptés



La vitesse

Voici les **caractéristiques les moins importantes** que les répondants ont considérées :



La taille de l'affichage



L'autonomie de la batterie



En gardant à l'esprit la modernisation, il est logique que les répondants aient eu leurs regards tournés vers les nouvelles technologies pour aider à maintenir leurs entreprises sécurisées, efficaces et concurrentielles et s'assurer que leurs consommateurs restent fidèles et satisfaits des options pratiques et sécuritaires. Dans le prochain chapitre, nous allons explorer plus en détail les tendances émergentes dans l'industrie des paiements.



CHAPITRE 2

Tendances de l'industrie

Les achats sans contact et mobiles sont maintenant un mode de vie pour de nombreux consommateurs canadiens. Nous avons posé des questions à nos répondants au sondage sur les six tendances de paiement que nous avons étudiées en 2022 pour évaluer comment leur adoption et leur expérience avec chaque tendance avaient changé en 2023.



Les portefeuilles mobiles



Les paiements par cartes de crédit sans contact



Les paiements P2P



Les paiements « Achetez maintenant, payez plus tard » (AMPPT)



La cryptomonnaie



Les paiements sans espèces

TENDANCES DE L'INDUSTRIE

Nous avons également posé des questions sur six tendances émergentes :



Les paiements sans contact sur un appareil portable



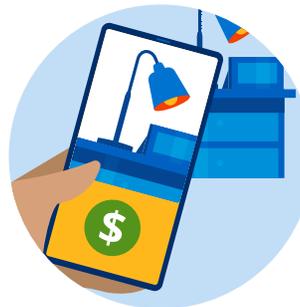
Les kiosques virtuels



Les applications de messagerie, les services de clavardage en direct, les agents conversationnels et les assistants vocaux



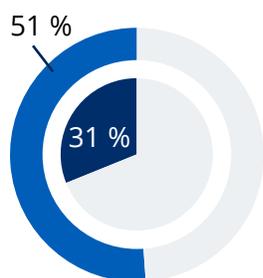
Les paiements biométriques



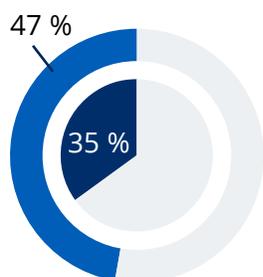
Les applications de paiement en réalité augmentée

Les portefeuilles mobiles

Un [portefeuille mobile](#) est une application d'appareil mobile qui sert d'équivalent numérique pour un portefeuille physique. Tout comme vous pouvez garder vos cartes physiques dans votre portefeuille, vous pouvez utiliser un portefeuille mobile pour stocker des numéros numériques uniques pour vos cartes de crédit, cartes de débit, cartes prépayées et cartes de fidélité. L'application vous permet de faire des achats pratiques, sécurisés et sans contact sans produire de carte physique.

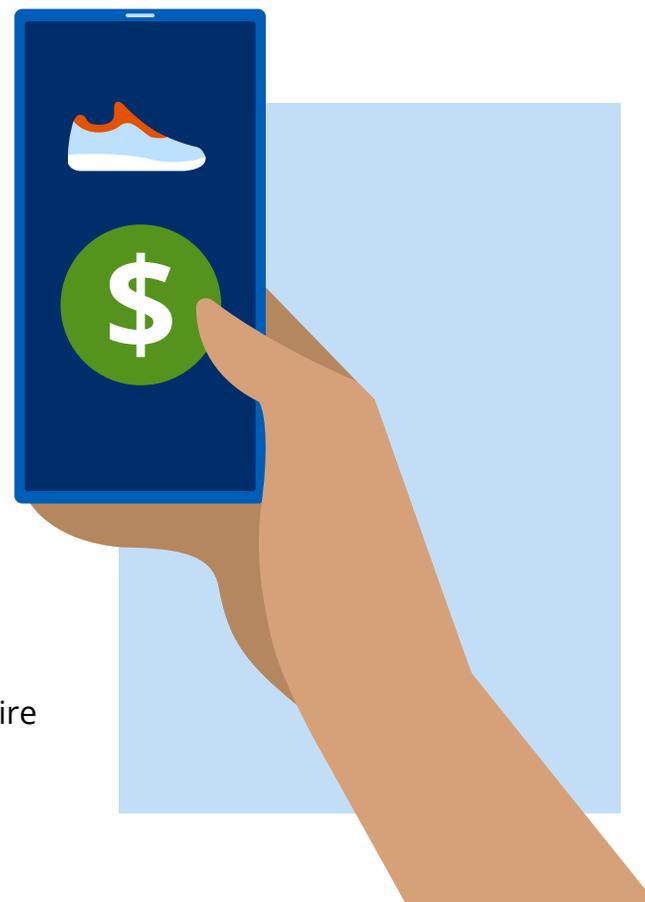


En 2022, **51 %** du total des répondants interrogés avaient offert à leurs clients la possibilité de payer par l'intermédiaire d'un portefeuille mobile, et **31 %** souhaitaient l'offrir.



En 2023, **47 %** des répondants au total interrogés avaient offert des paiements par portefeuille mobile, et **35 %** souhaitaient les offrir.

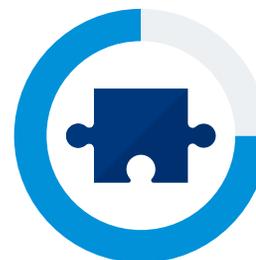
L'adoption a diminué de **4 %** entre 2022 et 2023*.



Bien que l'utilisation ait légèrement diminué, les adoptants de portefeuilles mobiles ont signalé des expériences positives avec la méthode.



81 %
étaient satisfaits de la méthode.



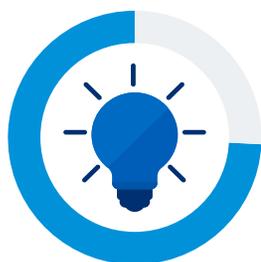
75 %
ont déclaré qu'elle avait contribué au résultat net.



85 %
ont déclaré qu'elle valait la peine d'être adoptée.



53 %
ont déclaré qu'elle était essentielle pour leur entreprise.



74 %
ont déclaré qu'elle était facile à mettre en œuvre.



53 %
ont déclaré qu'elle était un excellent choix pour répondre aux besoins de leurs clients.

TENDANCES DE L'INDUSTRIE

Les paiements par portefeuille mobile étaient les plus populaires dans ces secteurs :



52 %

Commerce électronique



44 %

Restauration



50 %

Services professionnels



43 %

Soins de santé



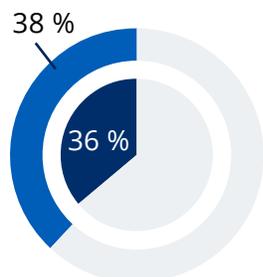
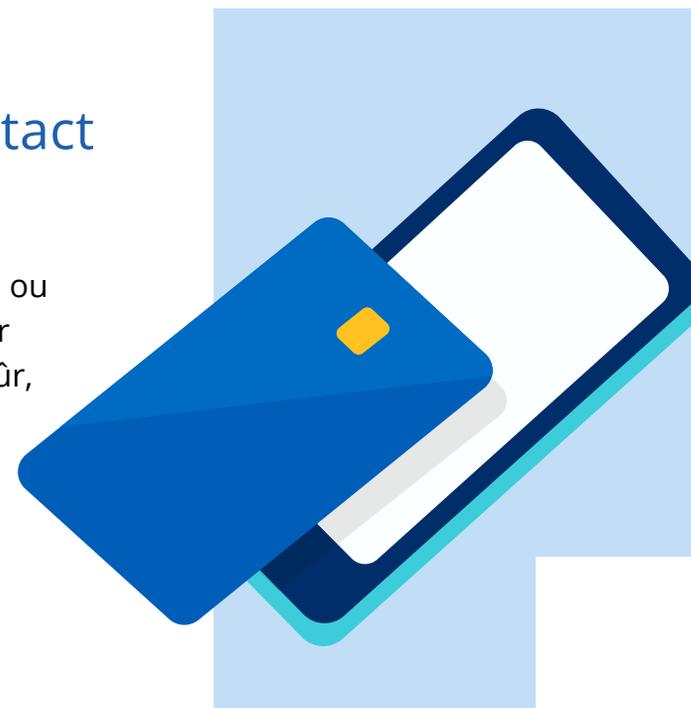
45 %

Vente au détail

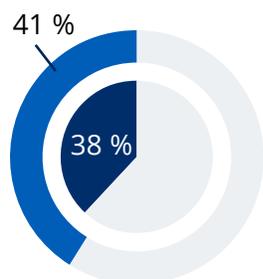
* Bien que la baisse de 4 % de l'adoption du portefeuille mobile n'ait pas été statistiquement importante, l'ajout du secteur des services professionnels en 2023 a modifié notre échantillon, ce qui pourrait avoir eu une incidence sur ce résultat.

Les paiements par cartes de crédit sans contact

Parfois appelées cartes « tap-to-pay » (taper pour payer) ou « tap-and-go » (cartes sans contact), ces cartes utilisent l'identification par radiofréquence ou la communication en champ proche pour traiter les transactions sans avoir à insérer une carte dans un terminal. Elles offrent un mode de paiement sûr, rapide et pratique. Les instituts financiers fixent une limite sur [le montant que les clients peuvent payer](#), généralement 250 \$ CA.



En 2022, **38 %** des répondants au total interrogés avaient offert des paiements par cartes de crédit sans contact, et **36 %** souhaitent les offrir.



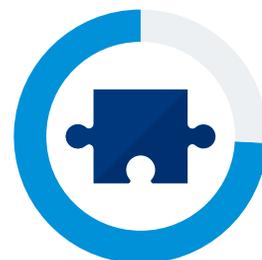
En 2023, **41 %** des répondants au total interrogés avaient offert des paiements par cartes de crédit sans contact, et **38 %** souhaitent les offrir.

L'adoption a augmenté de **3 %** entre 2022 et 2023.

Les adoptants du paiement par cartes de crédit sans contact ont signalé des expériences principalement positives avec la méthode.



80 %
étaient satisfaits de la méthode.



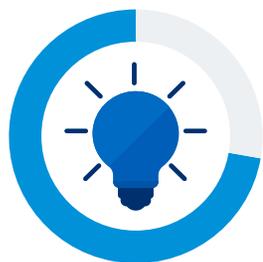
74 %
ont déclaré qu'elle avait contribué au résultat net.



85 %
ont déclaré qu'elle valait la peine d'être adoptée.



49 %
ont déclaré qu'elle était essentielle pour leur entreprise.



72 %
ont déclaré qu'elle était facile à mettre en œuvre.



52 %
ont déclaré qu'elle répondait parfaitement aux besoins de leurs clients.

TENDANCES DE L'INDUSTRIE

Les paiements par cartes de crédit sans contact étaient les plus populaires dans ces secteurs :



45 %
Services professionnels



36 %
Soins de santé



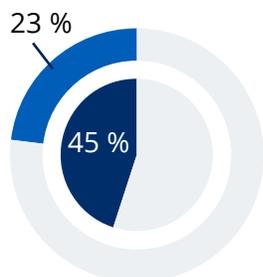
41 %
Vente au détail



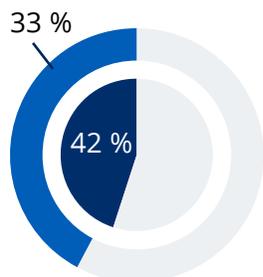
35 %
Restauration

Paiements de pair à pair (P2P)

Également appelée paiements de personne à personne ou transferts électroniques, cette méthode permet aux individus d'envoyer directement des paiements à l'aide d'une application de transfert d'argent liée à une carte de crédit ou de débit ou à leur compte bancaire. Les Canadiens utilisent les paiements P2P pour envoyer facilement des fonds à leurs amis ou à leur famille, mais les entreprises acceptent également de plus en plus les paiements P2P.



En 2022, **23 %** du total des répondants interrogés avaient offert des paiements P2P, et **45 %** souhaitaient l'offrir.



En 2023, **33 %** des répondants au total interrogés avaient offert des paiements P2P, et **42 %** souhaitaient les offrir.

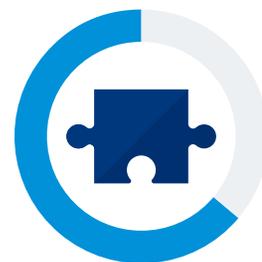
L'adoption a augmenté de **10 %** entre 2022 et 2023.



Les adoptants du paiement P2P ont signalé des expériences principalement positives avec la méthode.



77 %
étaient satisfaits de la méthode.



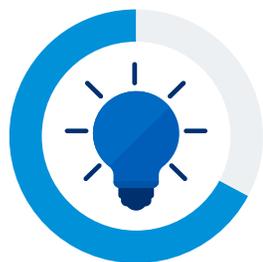
69 %
ont déclaré qu'elle avait contribué au résultat net.



80 %
ont déclaré qu'elle valait la peine d'être adoptée.



43 %
ont déclaré qu'elle était essentielle pour leur entreprise.



67 %
ont déclaré qu'elle était facile à mettre en œuvre.



45 %
ont déclaré qu'elle répondait parfaitement aux besoins de leurs clients.

TENDANCES DE L'INDUSTRIE

Les paiements P2P
étaient les plus
populaires dans
ces secteurs :



35 %
Services
professionnels



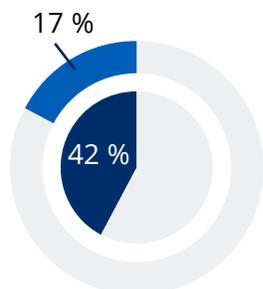
32 %
Vente au détail



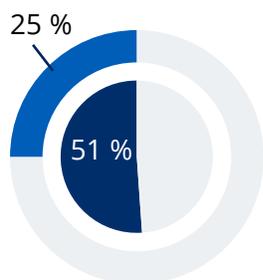
33 %
Commerce électronique

Les paiements sans espèces

De plus en plus, les Canadiens optent pour des modes de paiement en monnaie scripturale. [Paiements Canada a signalé](#) une diminution de **59 %** du volume des paiements en espèces et une diminution de **41 %** de la valeur des paiements en espèces au Canada entre 2017 et 2022. À la source de cette tendance et en raison de celle-ci, un nombre croissant d'entreprises n'accepte plus les paiements en espèces.



En 2022, **17 %** du total des répondants interrogés étaient sans espèces et **42 %** souhaitaient devenir sans espèces.



En 2023, **25 %** des répondants interrogés étaient sans espèces et **51 %** souhaitaient devenir sans espèces.

Le nombre d'entreprises sans espèces interrogées a augmenté de **8 %** entre 2022 et 2023.



TENDANCES DE L'INDUSTRIE

Les paiements sans espèces étaient les plus populaires dans ces secteurs :



37 %
Restauration



20 %
Soins de santé



28 %
Services professionnels



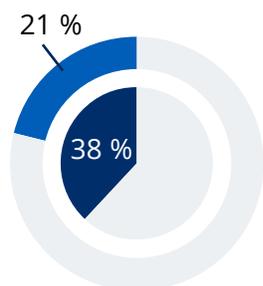
17 %
Vente au détail



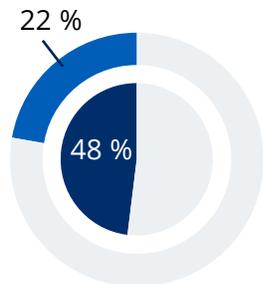
26 %
Commerce électronique

La cryptomonnaie

Certaines personnes préfèrent échanger et payer pour des biens et des services avec cette [monnaie virtuelle décentralisée](#), qui n'est pas liée à une banque centrale, à une autorité centrale ou à un gouvernement.



En 2022, **21 %** des répondants au total interrogés avaient offert des solutions de paiement par cryptomonnaie, et **38 %** souhaitaient les offrir.



En 2023, **22 %** des répondants avaient offert des solutions de paiement par cryptomonnaie et **48 %** souhaitaient les offrir.

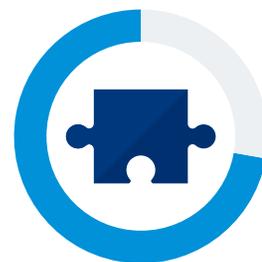
L'adoption a augmenté de **1 %** entre 2022 et 2023.



Les adoptants de cryptomonnaie ont signalé des expériences principalement positives avec la méthode.



77 %
étaient satisfaits de la méthode.



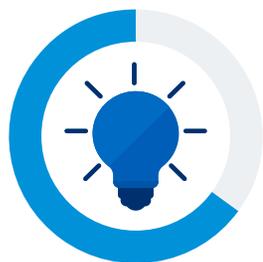
72 %
ont déclaré qu'elle a contribué au résultat net.



82 %
ont déclaré qu'elle valait la peine d'être adoptée.



40 %
ont déclaré qu'elle essentielle pour leur entreprise.



65 %
ont déclaré qu'elle était facile à mettre en œuvre.



42 %
ont déclaré qu'elle répondait parfaitement aux besoins de leurs clients.

TENDANCES DE L'INDUSTRIE

Les paiements en cryptomonnaie étaient les plus populaires dans ces secteurs :



27 %
Services professionnels



20 %
Commerce électronique



23 %
Vente au détail



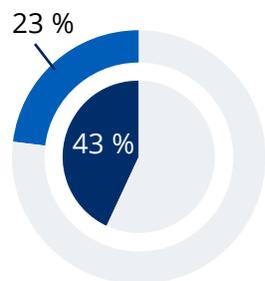
18 %
Restauration



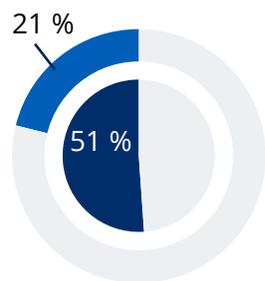
23 %
Soins de santé

Les paiements « Achetez maintenant, payez plus tard » (AMPPT)

Grâce à cette méthode, les clients peuvent payer leurs achats au fil du temps avec un plan de versements. Mais le fournisseur AMPPT paie l'entreprise pour les achats à l'avance, garantissant un flux de trésorerie immédiat.



En 2022, **23 %** des répondants au total interrogés avaient offert des paiements AMPPT, et **43 %** souhaitaient les offrir.



En 2023, **21 %** des répondants au total interrogés avaient offert des paiements AMPPT, et **51 %** souhaitaient les offrir.

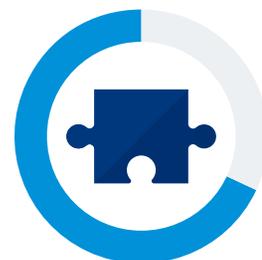
L'adoption des paiements AMPPT a diminué de **2 %** entre 2022 et 2023.



Les adoptants des paiements AMPPT ont signalé principalement des expériences positives avec la méthode.



73 %
étaient satisfaits de la méthode.



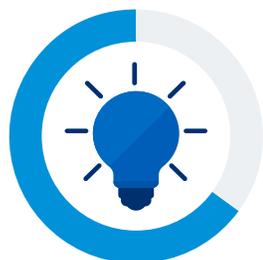
68 %
ont déclaré qu'elle a contribué au résultat net.



79 %
ont déclaré qu'elle valait la peine d'être adoptée.



43 %
ont déclaré qu'elle était essentielle pour leur entreprise.



65 %
ont déclaré qu'elle était facile à mettre en œuvre.



44 %
ont déclaré qu'elle répondait parfaitement aux besoins de leurs clients.

TENDANCES DE L'INDUSTRIE

Les paiements AMPPT étaient les plus populaires dans ces industries :



26 %

Commerce électronique



20 %

Vente au détail

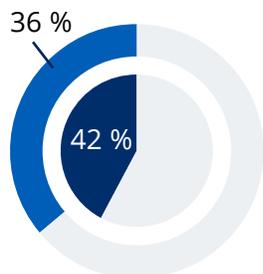


20 %

Services professionnels

Les paiements sans contact sur un appareil portable

Les montres intelligentes, les moniteurs d'activité et les accessoires connectés compatibles peuvent intégrer la technologie de paiement pour permettre aux utilisateurs d'effectuer des paiements sans contact sécurisés depuis leurs appareils portables. Ces appareils sont équipés d'une communication en champ proche pour leur permettre de communiquer avec d'autres appareils. Les utilisateurs doivent généralement lier leur appareil portable à un portefeuille mobile tiers ou à une application d'institution financière, et l'appareil portable peut nécessiter une authentification, qui peut être un NIP, une authentification biométrique ou une combinaison des deux.



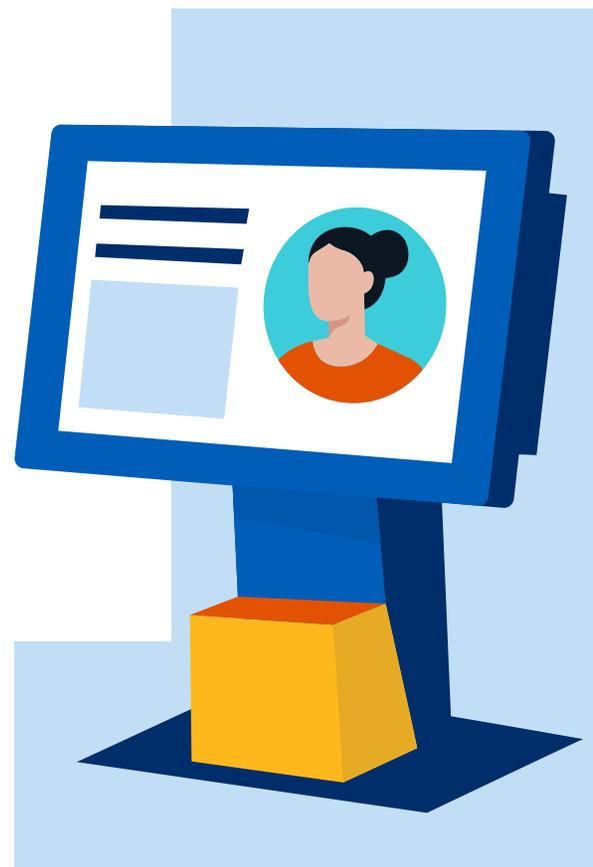
En 2023, **36 %** des répondants au total interrogés avaient offert des paiements pour appareils portables, et **42 %** souhaitaient les offrir.

Les kiosques virtuels

Contrairement aux kiosques libre-service, les kiosques virtuels offrent des solutions libre-service alimentées par l'IA qui vont au-delà des transactions. Par exemple, ces kiosques peuvent présenter des renseignements interactifs sur les produits, fournir des renseignements généraux sur un magasin et afficher des promotions et des offres spéciales. De plus, ils peuvent permettre à un client de passer des commandes rapidement, d'effectuer des paiements et de s'inscrire à des programmes de fidélité ou d'adhésion.

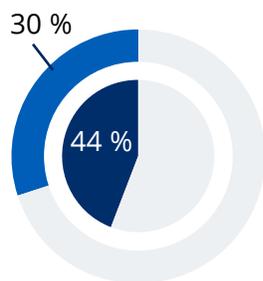


En 2023, **41 %** du total des répondants souhaitaient offrir des kiosques virtuels.

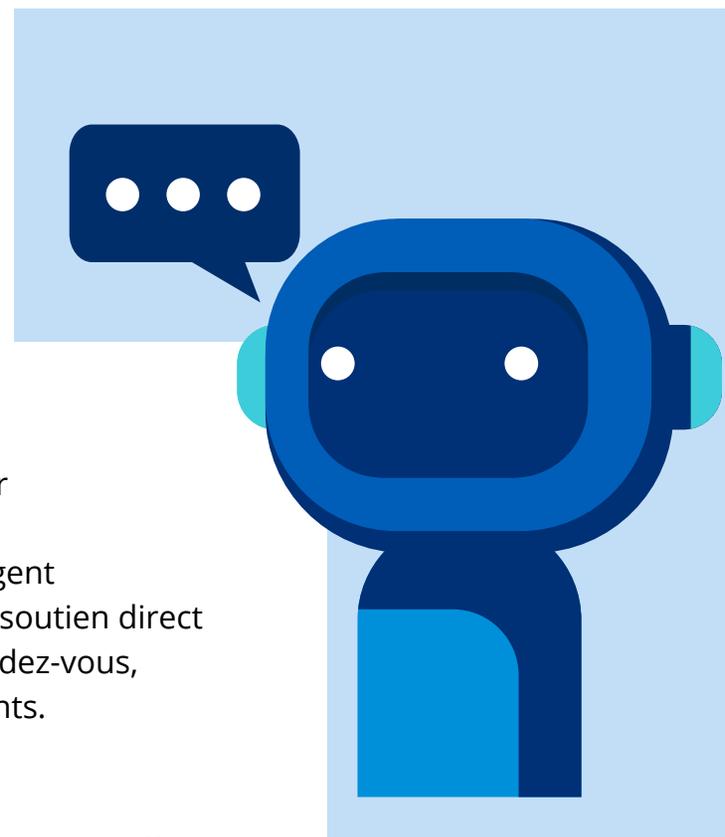


Les applications de messagerie, les services de clavardage en direct, les agents conversationnels et les assistants vocaux

Grâce au commerce conversationnel, les clients peuvent communiquer directement avec les entreprises et discuter avec elles par messagerie texte ou vocale. Grâce à la messagerie, au clavardage en direct, à un agent conversationnel ou à un assistant vocal, les clients peuvent obtenir un soutien direct et personnalisé, poser des questions sur les produits, reporter des rendez-vous, effectuer des retours et des remboursements et effectuer des paiements.



En 2023, **30 %** des répondants au total interrogés avaient offert une application de messagerie, un service de clavardage en direct, un agent conversationnel ou un assistant vocal, et **44 %** souhaitaient offrir l'une des options ci-dessus.



Les paiements biométriques

Ces transactions numériques exigent que les clients s'identifient en utilisant l'authentification par empreinte digitale, empreinte de la paume, voix, visage ou reconnaissance oculaire. Habituellement, les consommateurs utilisent leur téléphone pour l'authentification biométrique, mais la technologie permet aux individus de payer des biens et des services sans portefeuille ou téléphone. Selon une [recherche menée par Paiements Canada](#), **45 %** des Canadiens ont déclaré que la biométrie pour l'authentification de l'identité lors des paiements était quelque peu ou très attrayante.

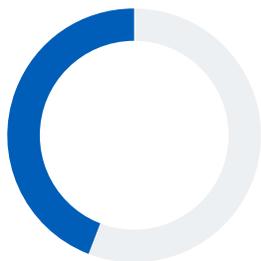
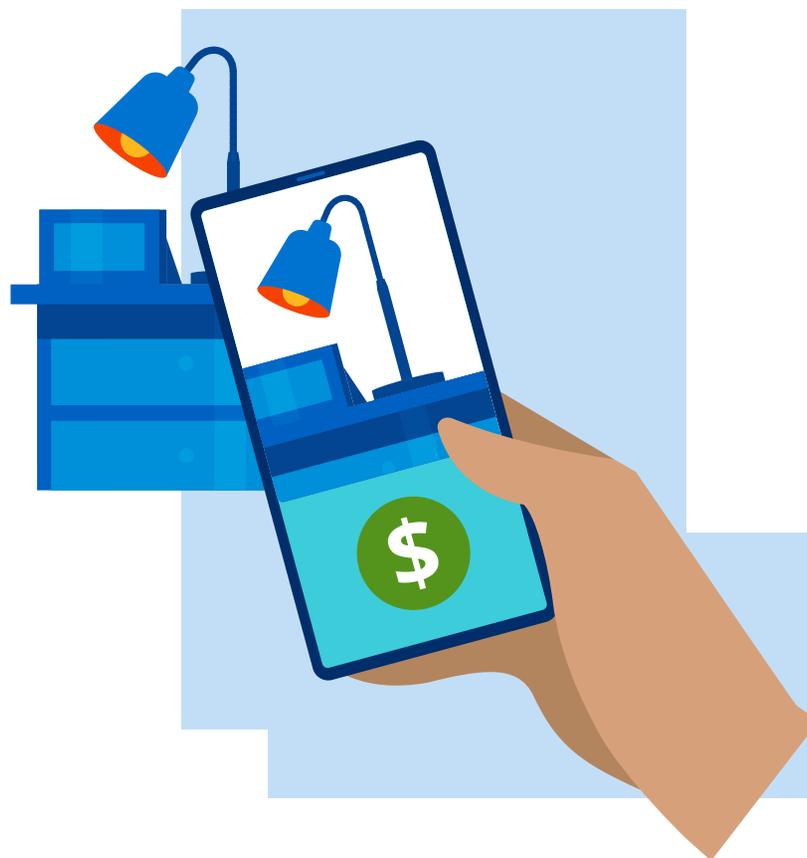


En 2023, **35 %** des répondants interrogés souhaitaient offrir des paiements biométriques.



Les applications de paiement en réalité augmentée

Les applications de réalité augmentée (RA) permettent aux gens d'utiliser leur téléphone pour réunir les mondes virtuels et physiques. Par exemple, à l'aide d'une application de réalité augmentée, les clients peuvent être en mesure de tenir un téléphone pour voir à quoi ressemble un meuble ou un vase avec les autres meubles de leur salon. Ou ils peuvent également visiter virtuellement un magasin 3D et choisir des articles sur les étagères. De plus, les applications de paiement en réalité augmentée permettent aux consommateurs d'effectuer des paiements dans le monde virtuel afin d'améliorer davantage l'expérience client.



En 2023, **44 %** des répondants au total interrogés souhaitent offrir une application de paiement en réalité augmentée.

Les principaux facteurs et obstacles à l'adoption de nouvelles options de paiement

Les répondants signalent diverses raisons d'adopter ou de renoncer à une option de paiement.

Leurs principaux facteurs d'adoption de nouvelles options de paiement et expériences comprenaient :



La sécurité améliorée des transactions de paiement



Des économies grâce à la réduction des coûts d'exploitation, des frais de fournisseur, etc.



La satisfaction accrue des clients



La capacité de garder leur entreprise à jour avec la norme de l'industrie en matière de traitement des paiements

Les principaux obstacles qui les empêchent d'adopter de nouvelles options de paiement et expériences comprennent :



Le risque de fraude et de non-paiement



Les coûts supplémentaires tels que les frais de fournisseur et les frais généraux



Les risques pour la sécurité



La formation obligatoire des employés



CHAPITRE 3

Comparaison des segments

COMPARAISON DES SEGMENTS

Les consommateurs voudraient peut-être payer avec une méthode différente lorsqu'ils passent rapidement à la caisse libre-service dans une épicerie ou lorsqu'ils investissent dans un nouvel ensemble d'appareils électroménagers dans une quincaillerie. Pour cette raison, les options de paiement peuvent varier d'une entreprise à l'autre.

Pour mieux comprendre les différences et les similitudes dans les attitudes à l'égard des technologies de paiement et des fournisseurs par secteur d'activité, nous avons posé des questions aux décideurs du traitement des paiements dans ces cinq segments :



Le commerce électronique



Les soins de santé



Les services professionnels



La restauration



La vente au détail

Nous avons également exploré les attitudes de nos répondants à l'égard de la technologie de paiement par trois tranches d'âge différentes :



Moins de 35 ans



De 36 à 44 ans



Plus de 45 ans



Le commerce électronique

Les répondants dans le commerce électronique considéraient les portefeuilles mobiles et les paiements sans argent comme des options essentielles qui convenaient parfaitement à leurs clients. Les **trois quarts (76 %)** des répondants se réjouissaient de toute l'innovation dans l'industrie des services de traitement des paiements.

Leurs **principaux facteurs** d'ajout d'options de paiement étaient si de nouvelles solutions allaient :



Offrir à leur entreprise un avantage concurrentiel



Simplifier le traitement des paiements pour leurs clients

Leurs **facteurs les plus importants** pour ajouter un nouveau fournisseur étaient :



Des prix bas



La facilité d'intégration

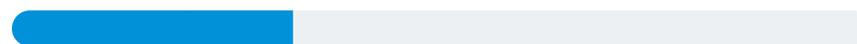


La facilité d'accès aux relevés mensuels et aux connexions au compte

Pour les répondants dans le commerce électronique, l'utilisation des technologies de paiement émergentes était la suivante :



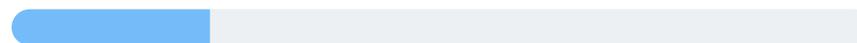
52 % offraient des paiements par portefeuille mobile



33 % offraient des paiements P2P



47 % offraient des paiements par cartes de crédit sans contact



23 % étaient sans espèces

LEURS **MOTEURS** D'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :

-  La sécurité améliorée des transactions de paiement
-  La capacité de tenir son entreprise à jour avec les normes de l'industrie
-  Des économies grâce à la réduction des coûts d'exploitation, des frais des fournisseurs, etc.

LEURS **OBSTACLES** À L'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :

-  Les coûts supplémentaires, tels que les frais de fournisseur et les frais généraux
-  Le risque lié à la sécurité
-  Le risque de fraude et de non-paiement



Les soins de santé

Les répondants dans le domaine des soins de santé considéraient les paiements P2P comme un excellent choix pour leurs clients. Les **deux tiers (66 %)** des répondants ont déclaré qu'ils se réjouissaient de toute l'innovation dans l'industrie des services de traitement des paiements, et **64 %** ont déclaré qu'offrir les dernières innovations était un moyen pour leur entreprise de se démarquer des concurrents.

Leurs **principaux facteurs** d'ajout d'options de paiement étaient si de nouvelles solutions allaient :



Offrir plus de commodité pour leur entreprise



Attirer le type de clients qu'ils désiraient pour leur entreprise

Leurs **facteurs les plus importants** pour ajouter un nouveau fournisseur étaient :



La sécurité des renseignements sur le compte



Une tarification concurrentielle



La facilité de compréhension des relevés mensuels

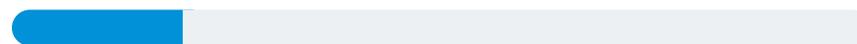


L'innovation continue et des mises à niveau de l'équipement

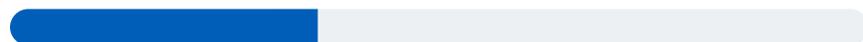
Pour les répondants dans le domaine des soins de santé, l'utilisation des technologies de paiement émergentes était ainsi :



43 % offraient des paiements par portefeuille mobile



20 % étaient sans espèces



36 % offraient des paiements par cartes de crédit sans contact*

LEURS **MOTEURS** D'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :



La sécurité améliorée des transactions de paiement



Des économies grâce à la réduction des coûts d'exploitation, des frais des fournisseurs, etc.



La capacité d'attirer un type de client spécifique

LEURS **OBSTACLES** À L'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :



Le risque de fraude ou de non-paiement



La complexité opérationnelle



Les coûts supplémentaires tels que les frais de fournisseur et les frais généraux

* Le [plafond de dépenses pour les paiements par carte de crédit sans contact](#), sous réserve de la mise en œuvre par le commerçant, est généralement [de 250 \\$ CA par transaction](#), ce qui peut avoir influencé le résultat.



Les services professionnels

Les répondants aux services professionnels considéraient les paiements P2P comme un excellent choix pour leurs clients. Près **des trois quarts (73 %)** des répondants restaient fidèles aux services de traitement des paiements de base et éprouvés. Pour rester concurrentiels, **62 %** étaient forcés de suivre les dernières innovations en matière de services de traitement des paiements.

Leurs **principaux facteurs** d'ajout d'options de paiement étaient si de nouvelles solutions allaient :



Offrir plus de commodité pour leur entreprise



Simplifier le traitement des paiements pour leurs clients.

Leurs **facteurs les plus importants** pour ajouter un nouveau fournisseur étaient :



La capacité de parler à un représentant du service à la clientèle au lieu de services automatisés/de robots



Le traitement plus rapide des paiements

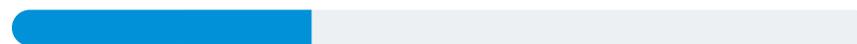


Le service à la clientèle 24 heures sur 24, 7 jours sur 7

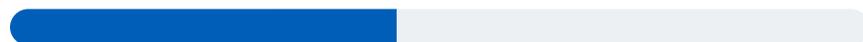
Pour les répondants dans les services professionnels, l'utilisation des technologies de paiement émergentes était la suivante :



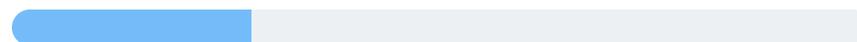
50 % offraient des paiements par portefeuille mobile



35 % offraient des paiements P2P*



45 % offraient des paiements par cartes de crédit sans contact



28 % étaient sans espèces

LEURS **MOTEURS** D'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :



Un meilleur service à la clientèle pour leur entreprise de la part d'un fournisseur de traitement des paiements



Des économies grâce à la réduction des coûts d'exploitation, des frais des fournisseurs, etc.



La satisfaction accrue des clients

LEURS **OBSTACLES** À L'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :



Les coûts supplémentaires tels que les frais de fournisseur et les frais généraux



Le risque de fraude ou de non-paiement



Le risque lié à la sécurité

* Ce pourcentage peut inclure le Virement *Interac*, que de nombreuses personnes utilisent à la place des paiements par cartes.



La restauration

Les répondants de l'industrie de la restauration considéraient les portefeuilles mobiles comme un excellent choix pour leurs clients. Plus de la moitié (**62 %**) des répondants ne pensaient à apporter des changements aux services de traitement des paiements de leur entreprise que lorsqu'ils en avaient absolument besoin, et **64 %** étaient ouverts à passer de leur fournisseur de paiement principal actuel à un autre.

Leurs **principaux facteurs** d'ajout d'options de paiement étaient si de nouvelles solutions allaient :



Offrir plus de commodité à leurs clients



Attirer le type de clients qu'ils veulent pour leur entreprise

Leurs **facteurs les plus importants** pour ajouter un nouveau fournisseur étaient :



Le service à la clientèle 24 heures sur 24, 7 jours sur 7



Un service fiable

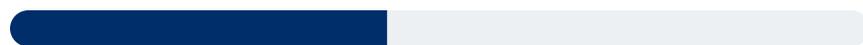


Le traitement plus rapide des paiements

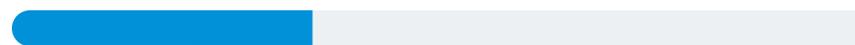


La prévention de la fraude

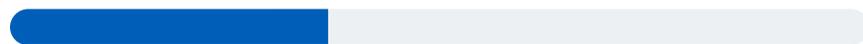
Pour les répondants dans la restauration, l'utilisation des technologies de paiement émergentes était la suivante :



44 % offraient des paiements par portefeuille mobile



35 % offraient des paiements par cartes de crédit sans contact



37 % étaient sans espèces

LEURS **MOTEURS** D'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :

-  Un processus de paiement plus rapide
-  Une meilleure prévention des pertes
-  La commodité et moins de tracas pour leurs clients

LEURS **OBSTACLES** À L'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :

-  La nécessité d'utiliser un nouveau fournisseur
-  Le coût d'acquisition et d'entretien de l'équipement
-  Le risque de fraude et de non-paiement



La vente au détail

Pour les répondants du secteur de la vente au détail, une nouvelle technologie de paiement était plus susceptible de contribuer à leur résultat net. Les **trois quarts (75 %)** des répondants veillaient à ce que leur entreprise reste à jour avec les derniers services de traitement des paiements novateurs, tandis que **71 %** étaient forcés de suivre les dernières innovations en matière de traitement des paiements pour rester concurrentiels.

Leurs **principaux facteurs** d'ajout d'options de paiement étaient si de nouvelles solutions allaient:



Offrir une meilleure sécurité pour leurs transactions commerciales

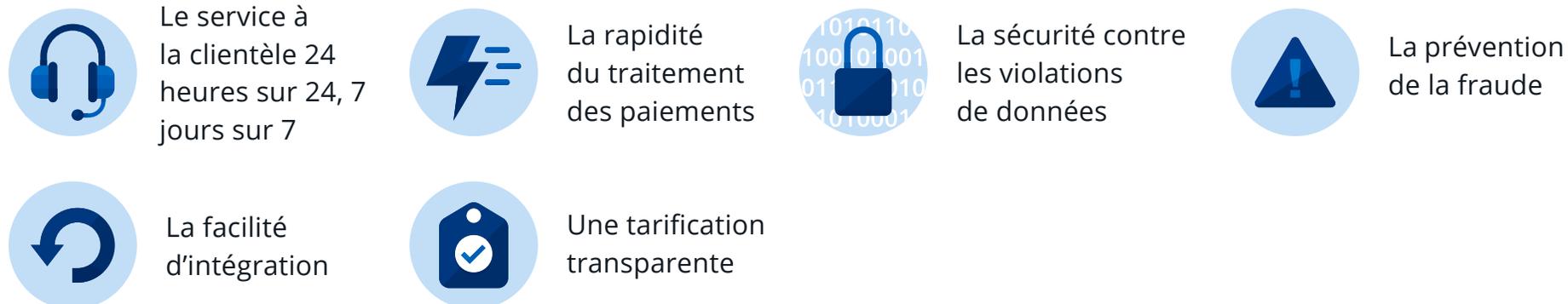


Simplifier le traitement des paiements pour leur entreprise

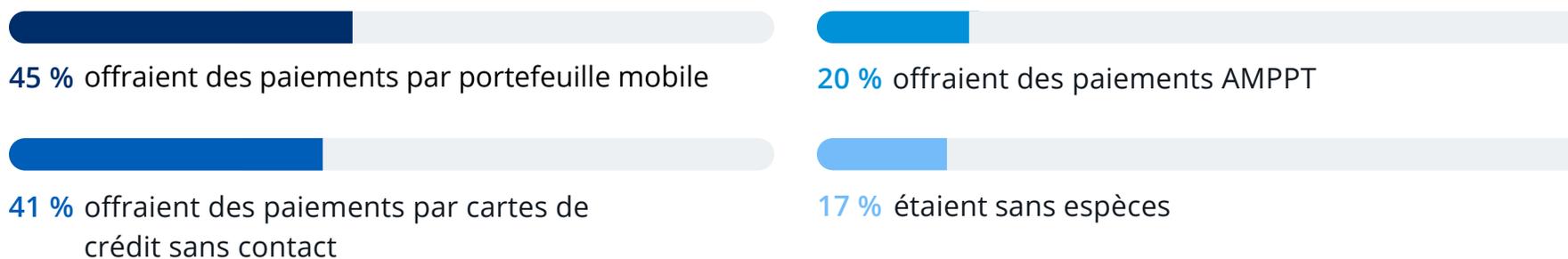


Offrir plus de commodité pour leur entreprise

Leurs **facteurs les plus importants** pour ajouter un nouveau fournisseur étaient :



Pour les répondants dans le domaine de la vente au détail, l'utilisation des technologies de paiement émergentes était ainsi :



LEURS **MOTEURS** D'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :

-  La sécurité améliorée des transactions de paiement
-  La satisfaction accrue des clients
-  Une expérience de paiement supérieure pour leur entreprise

LEURS **OBSTACLES** À L'ADOPTION DE NOUVELLES SOLUTIONS COMPRENAIENT :

-  Le risque de fraude ou de non-paiement
-  Les coûts supplémentaires (tels que les frais de fournisseur et les frais généraux)
-  La nécessité de former les employés

Les répondants âgés de 35 ans et moins

Nos plus jeunes répondants travaillaient pour des petites entreprises et étaient la génération démographique la moins susceptible d'être propriétaire. Bien qu'ils aient été très ouverts aux nouvelles options de services de paiement, ils connaissaient moins bien les marques de technologie de paiement. Ils étaient les plus satisfaits de leur fournisseur principal actuel, mais ils faisaient preuve de moins de loyauté et étaient les plus susceptibles de changer de fournisseur.



Ils ont tendance à :

- Être organisés, disciplinés, audacieux et optimistes
- Travailler de longues heures



Les facteurs qu'ils jugeaient importants auprès d'un fournisseur de technologie de paiement comprenaient :

- La participation communautaire
- Une forte présence locale au Canada
- La sensibilisation aux ventes



Voici comment ils étaient liés à la dynamique des technologies de paiement émergentes :

- Ils offraient moins d'options de technologies de paiement émergentes.
- Leurs **facteurs** clés pour ajouter de nouvelles options comprenaient :
 - Les économies de coûts
 - La satisfaction accrue des clients
- Ils mentionnaient moins d'**obstacles** à l'ajout de nouvelles options par rapport aux autres segments d'âge que nous avons étudiés.

Les répondants de 36 à 44 ans

Les répondants de notre segment d'âge moyen travaillaient pour des sociétés à revenu plus élevé. Ils recherchaient la bonne combinaison de services de paiement pour répondre à leurs besoins, et avaient des attentes élevées de la part des fournisseurs. Ils souhaitaient demeurer à jour sur les options de services de paiement tout en offrant une expérience supérieure.



Ils ont tendance à :

- Faire preuve de perfectionnisme
- Prendre des risques
- Soutenir des causes sociales
- Travailler de longues heures
- Prendre des risques



Les facteurs qu'ils jugeaient importants auprès d'un fournisseur de technologie de paiement comprenaient :

- La sécurité des renseignements sur les clients
- La facilité et la rapidité de communication avec un représentant du service à la clientèle
- La facilité d'intégration (par exemple, la capacité d'être prêt à l'emploi)



Voici comment ils étaient liés à la dynamique des technologies de paiement émergentes :

- Ils offraient un nombre moyen d'options de technologies de paiement émergentes.
- Leurs **facteurs** clés pour ajouter de nouvelles options comprenaient :
 - La capacité de suivre les normes de l'industrie
 - Une sécurité améliorée
 - Une expérience de paiement supérieure pour les clients
- Ils mentionnaient plus d'obstacles à l'ajout de nouvelles options que les jeunes répondants, notamment :
 - La formation des employés
 - Le manque de soutien à la clientèle de la part du fournisseur

Les répondants âgés de 45 ans et plus

Les répondants de notre segment le plus âgé travaillaient pour de plus grandes entreprises qui existaient depuis plus longtemps et qui étaient la génération démographique la plus susceptible d'être des propriétaires. Les répondants âgés de 45 ans et plus avaient une vaste expérience parmi les fournisseurs, offraient un large éventail d'options de technologie de paiement et se concentraient sur l'ajout de valeur et de sécurité pour les clients. Ils étaient les plus familiers avec les marques de technologie de paiement et les moins susceptibles de changer de fournisseur.



Ils ont tendance à :

- Faire preuve de perfectionnisme
- Démontrer de l'adaptabilité, de l'optimisme, du pragmatisme, de la sociabilité et de l'organisation.



Les facteurs qu'ils jugeaient importants auprès d'un fournisseur de technologie de paiement comprenaient :

- La sécurité contre les violations de données
- La recommandation d'un collègue
- La participation communautaire
- Une réputation de la marque mondiale solide



Voici comment ils étaient liés à la dynamique des technologies de paiement émergentes :

- Ils offraient un plus grand éventail d'options de technologies de paiement émergentes.
- Leurs **facteurs** clés pour ajouter de nouvelles options comprenaient :
 - Une sécurité améliorée
 - La satisfaction accrue des clients
- Ils mentionnaient un obstacle à l'ajout de nouvelles options :
 - Le coût d'ajout et de maintien d'un nouveau fournisseur ou service.

COMPARAISON DES SEGMENTS

Dans notre dernier chapitre, nous partageons plus d'informations sur nos répondants et identifions les principales conclusions obtenues de notre recherche de l'an dernier. Nous offrons également notre point de vue sur les innovations émergentes en matière de paiement et ce que les décideurs en matière de traitement des paiements devraient garder à l'esprit pour demeurer à jour et répondre à la demande des consommateurs.



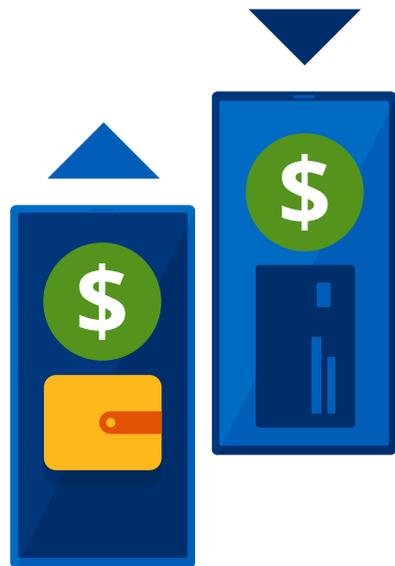


CHAPITRE 4

Facteurs à considérer



Ces principaux points à retenir de notre recherche peuvent vous aider à prendre des décisions concernant vos besoins actuels et futurs en matière de traitement des paiements.



Votre entreprise ne peut pas se permettre d'ignorer ces tendances de paiement actuelles et émergentes.

Si vous souhaitez garder la cadence avec les options de paiement les plus populaires, votre entreprise pourrait vouloir prioriser les paiements P2P et les portefeuilles mobiles. Et, selon votre secteur d'activité, vous pourriez même envisager de fonctionner sans paiements en espèces. Entre 2022 et 2023, l'adoption des paiements P2P a bondi de **10 %**, et l'adoption des portefeuilles mobiles a augmenté de **4 %**. Entre-temps, le pourcentage d'entreprises qui sont passées aux paiements sans espèces a augmenté de **8 %**.



Plusieurs options de paiement émergentes affichent déjà une forte popularité parmi nos répondants, y compris les paiements sur appareils portables avec un taux d'adoption de **36 %**.

Le chef de file du commerce électronique et de la vente au détail en matière d'innovation dans l'industrie des paiements.

Bien que tous les secteurs doivent garder le rythme avec l'évolution du paysage des paiements, ces deux secteurs sont en tête de file. Les **trois quarts (75 %)** des répondants dans le domaine du commerce électronique ont déclaré qu'ils étaient enthousiastes à l'idée des innovations dans l'industrie des paiements, et le même pourcentage (**75 %**) des répondants du commerce de détail ont déclaré qu'ils s'assuraient que leur entreprise était à jour avec les derniers services de traitement des paiements novateurs. Les répondants du secteur des soins de santé n'étaient pas loin derrière, **66 %** ont déclaré qu'ils étaient enthousiastes à l'idée des innovations dans l'industrie des services de traitement des paiements et **64 %** ont déclaré que maintenir le rythme avec la technologie de paiement était un moyen clé de se différencier de la concurrence.



Les restaurants mènent la transition vers les paiements sans espèces.

Comme nous l'avons mentionné, nous avons constaté une forte augmentation du pourcentage d'entreprises qui ont adopté les paiements sans espèces entre 2022 et 2023, et les restaurants étaient en tête des secteurs que nous avons interrogés. Plus **du tiers (37 %)** des répondants dans le domaine de la restauration ont déclaré que leur entreprise était sans espèces. Le pourcentage suivant le plus élevé était de **28 %** dans l'industrie des services professionnels.

Les décideurs les plus âgés en matière de traitement des paiements sont les plus fidèles à leurs fournisseurs de traitement des paiements.

Les répondants âgés de plus de 45 ans étaient les plus susceptibles de travailler pour une plus grande entreprise, les plus susceptibles d'être des propriétaires, les plus familiers avec les marques de technologie de paiement et les plus fidèles à leurs fournisseurs de traitement des paiements. En revanche, les répondants de moins de 35 ans étaient les plus susceptibles de changer de fournisseur. Contrairement aux deux catégories les plus âgées que nous avons examinées, les plus jeunes répondants ont mentionné qu'un facteur clé pour le changement était de vouloir un fournisseur de traitement des paiements avec une forte présence locale au Canada.



Un système de point de vente fiable est essentiel au succès d'une entreprise.

Investir dans le bon système de point de vente aide non seulement les entreprises à garder la cadence avec les tendances émergentes en matière de paiement, mais peut également signifier des transactions plus optimisées et une meilleure précision de la gestion des stocks. De plus, un système de point de vente peut sauvegarder des renseignements utiles sur les clients, s'intégrer à d'autres plateformes et vous fournir des renseignements sur les ventes en temps réel pour aider votre entreprise à obtenir un succès continu.

Chase est un partenaire de confiance pour la croissance.

Nous sommes conscients que votre entreprise a besoin de garder le rythme avec l'évolution rapide du paysage des paiements. Nous offrons une gamme complète de services de traitement des paiements, qu'il s'agisse d'un système de point de vente ou de paiements en ligne, afin que vous puissiez offrir à vos clients des moyens pratiques de payer, peu importe où ils se trouvent.



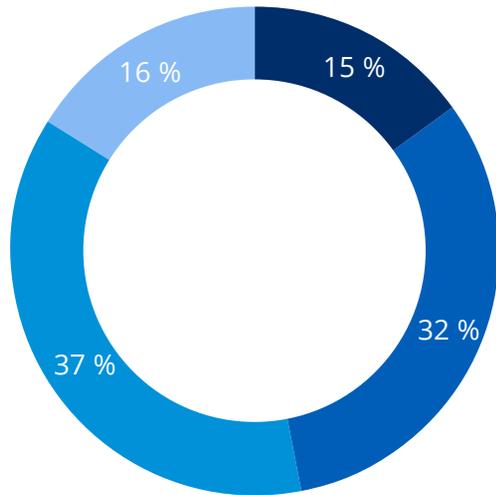
Nous exerçons nos activités au Canada depuis plus de 20 ans et nous employons plus de 500 Canadiens dans tout le pays.

Visitez Chase.ca pour savoir comment vous joindre à plus de 110 000 emplacements commerciaux canadiens qui nous font confiance pour offrir à leurs clients les options de paiement les plus récentes et les plus sécurisées.



Données démographiques du sondage

Chiffre d'affaires



PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDRAGE :

15 % des entreprises ont réalisé de **50 000 \$** à **1 M\$**.

32 % des entreprises ont réalisé de **3 M\$** à **10 M\$**.

37 % des entreprises ont réalisé de **1 M\$** à **3 M\$**.

16 % des entreprises ont réalisé de **10 M\$** à **20 M\$**.

Nombre d'employés

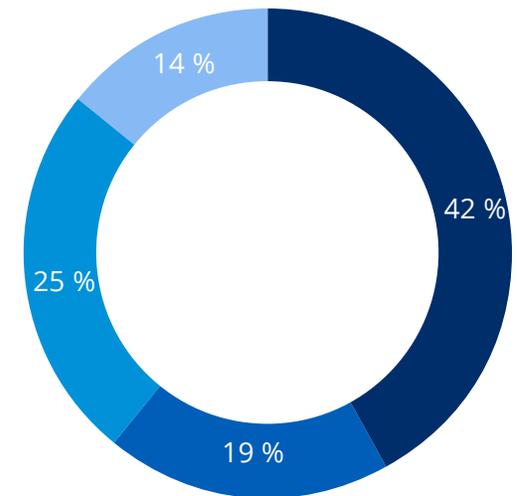
PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDRAGE :

42 % comptaient entre **un et 25** employés.

19 % comptaient de **51 à 100** employés.

25 % comptaient de **26 à 50** employés.

14 % comptaient **plus de 100** employés.



Types de paiement acceptés

PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE:



96 % acceptaient les cartes de débit.



87 % acceptaient les cartes de crédit.

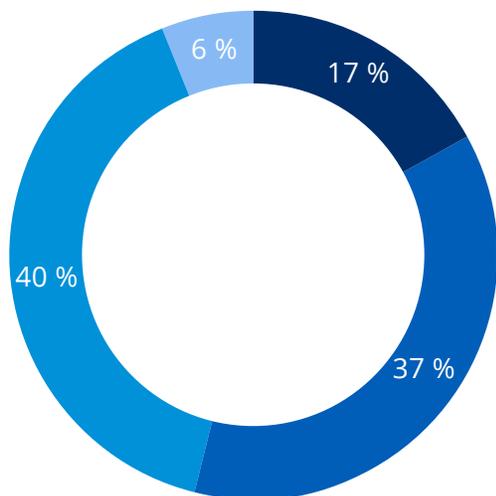


87 % acceptaient les espèces.



53 % acceptaient les chèques.

Pourcentage des ventes par cartes de crédit et de débit



PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE :

17 % les ventes par carte de crédit et de débit représentaient **60 % à 69,99 %** de leurs ventes.

37 % les ventes par carte de crédit et de débit représentaient **80 % à 89,99 %** de leurs ventes.

40 % les ventes par carte de crédit et de débit représentaient **70 % à 79,99 %** de leurs ventes.

6 % les ventes par carte de crédit et de débit représentaient de **90 % à 100 %** de leurs ventes.

Modes de traitement des cartes

PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDRAGE:



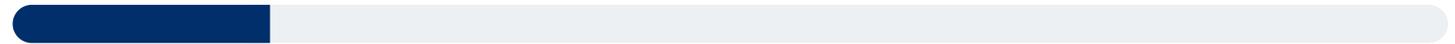
79 % ont utilisé des méthodes de traitement des cartes en ligne ou de commerce électronique



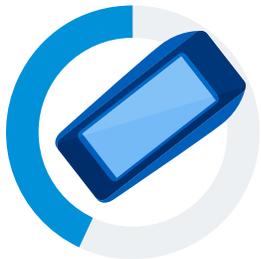
et pour **63 %**, le commerce en ligne ou électronique était la principale façon dont ils traitaient les cartes.



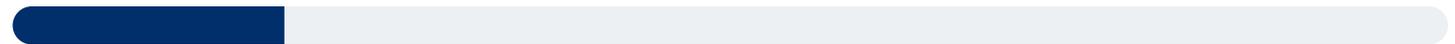
60 % utilisaient un lecteur de cartes mobile



et pour **18 %**, un lecteur de cartes mobile était la principale façon dont ils traitaient les cartes.



43 % utilisaient un terminal ou un lecteur de cartes point de vente



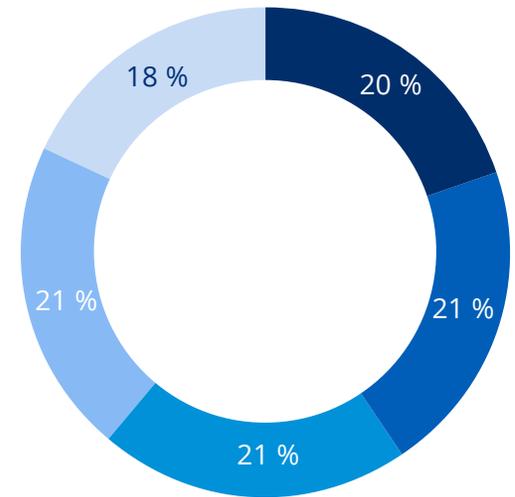
et pour **19 %**, un terminal ou un lecteur de carte point de vente était la principale façon dont ils traitaient les cartes.

Industrie

PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDRAGE :

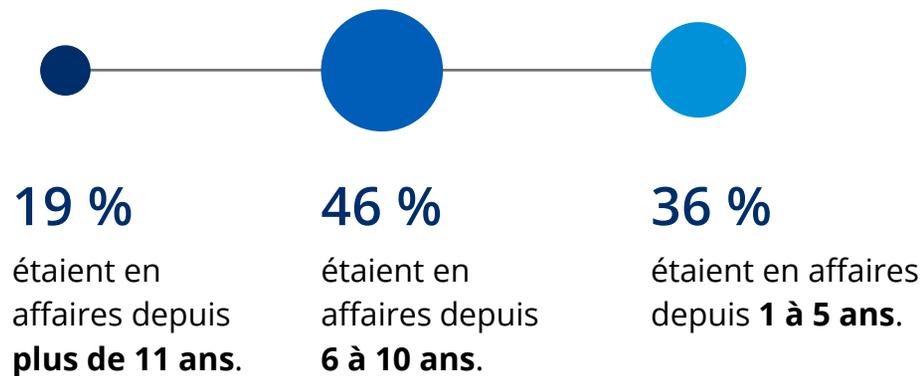
- 20 %** étaient dans le domaine du commerce électronique.
- 21 %** étaient dans le domaine des services professionnels.
- 21 %** étaient dans le domaine des soins de santé.

- 21 %** étaient dans le domaine de la vente au détail.
- 18 %** étaient dans le domaine de la restauration.



Années d'activité

PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDRAGE :



Province et territoires

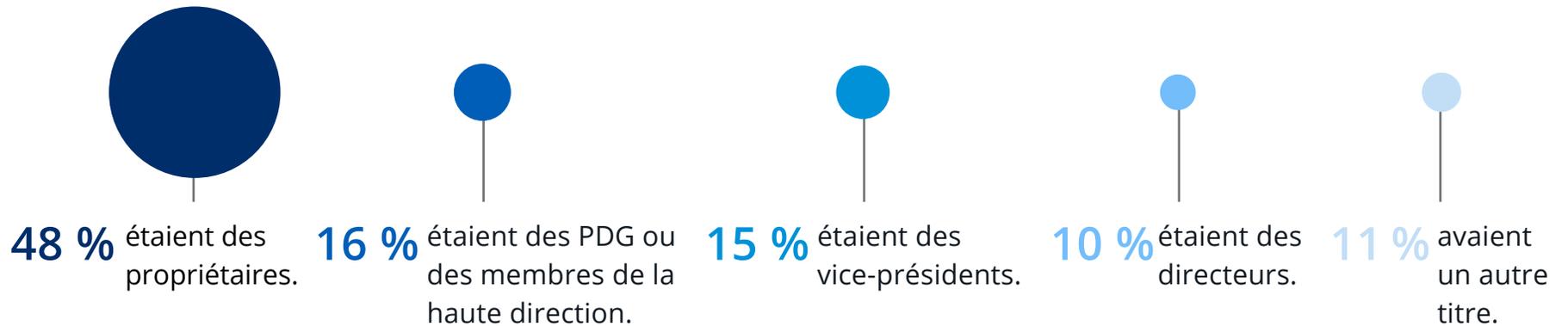
PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE:



- 45 % vivaient en Ontario.
- 24 % vivaient au Québec.
- 11 % vivaient en Colombie-Britannique.
- 8 % vivaient en Alberta.
- 4 % vivaient en Nouvelle-Écosse.
- 3 % vivaient au Manitoba.
- 2 % vivaient en Saskatchewan.
- 2 % vivaient au Nouveau-Brunswick.
- 1 % vivaient dans l'Île-du-Prince-Édouard.
- 1 % vivaient en Terre-Neuve-et-Labrador.
- Moins de 1 % vivaient au Yukon.
- Moins de 1 % vivaient dans les Territoires du Nord-Ouest.
- Moins de 1 % vivaient au Nunavut.

Titre du poste

PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE :



Nombre d'heures travaillées

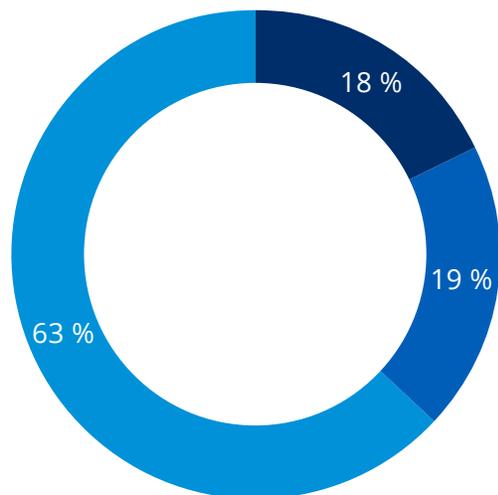
PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE :



39

Les répondants travaillaient en moyenne 39 heures par semaine.

Âge



PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE :

18 % étaient âgés de **22 à 35** ans.

63 % étaient âgés de **36 à 44** ans.

19 % étaient âgés de **45 ans et plus**.

Années en tant que décideur dans le traitement des paiements

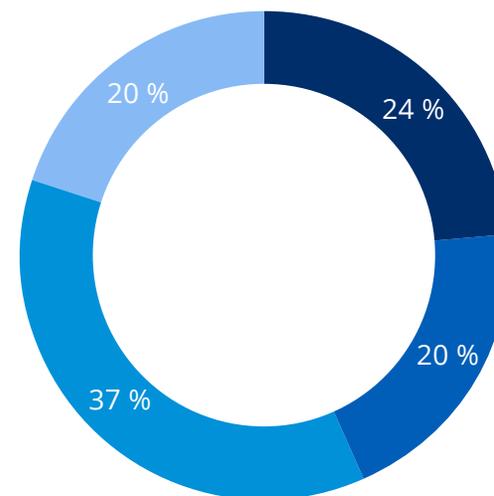
PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE :

24 % avaient été un décideur de traitement des paiements depuis **un à trois ans**.

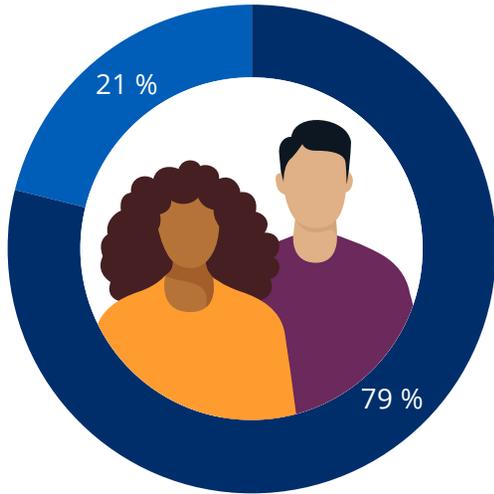
37 % avaient été un décideur de traitement des paiements depuis **quatre à cinq ans**.

20 % avaient été un décideur de traitement des paiements depuis **six à sept ans**.

20 % avaient été un décideur de traitement des paiements depuis **huit ans ou plus**.



Sexe



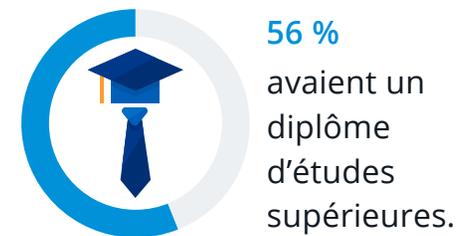
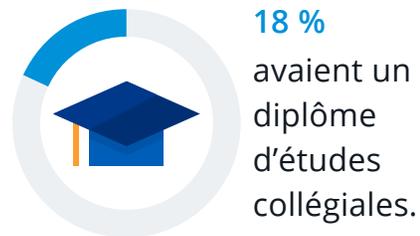
PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE:

79 % étaient des hommes.

21 % étaient des femmes.

Éducation

PARMI NOS RÉPONDANTS AU SONDAGE :





Visitez chase.ca