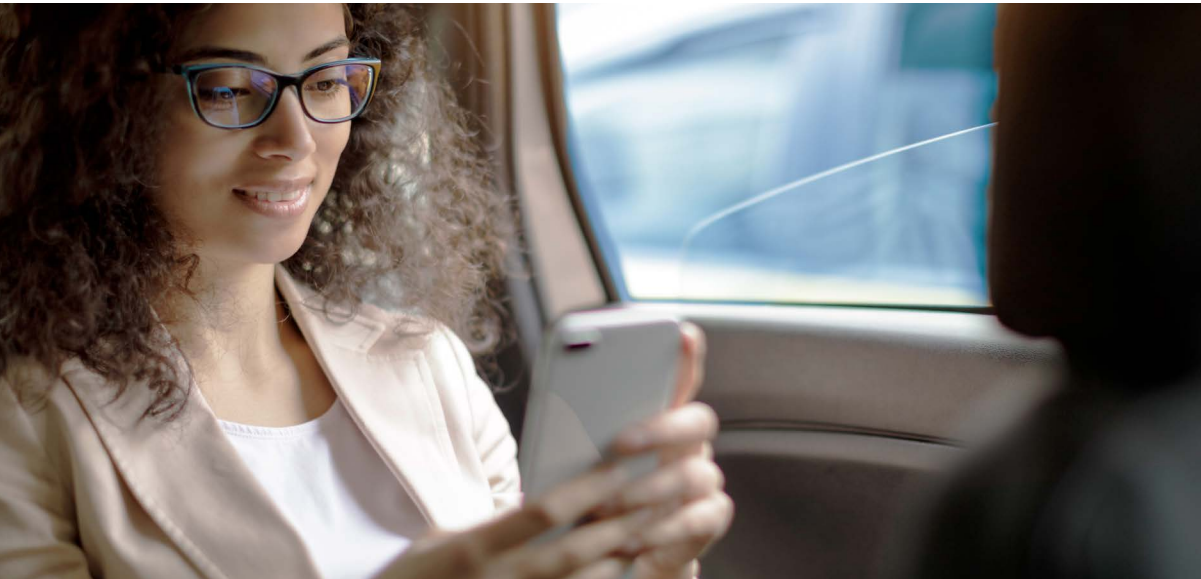




Facteurs d'adoption de paiements mobiles

Comment la technologie, les attentes des consommateurs et les besoins de l'entreprise accélèrent le passage aux paiements mobiles.



L'adoption des paiements mobiles a connu un essor considérable ces dernières années. Pour les consommateurs, la croissance a été alimentée par la commodité et la facilité d'utilisation. Les paiements mobiles permettent de faire des achats en ligne ou dans des magasins, de payer des factures et de transférer des fonds sans utiliser de carte physique.

Pour les entreprises, l'augmentation des portefeuilles mobiles, des paiements intégrés aux applications et des transactions numériques a encouragé le développement d'applications mobiles avec des solutions de paiement intégrées et innovantes. La technologie de paiement mobile reforme les processus de paiement interentreprises (B2B) traditionnels, offrant une efficacité et une sécurité accrues, et l'adoption continue d'augmenter.

Voici ce qui alimente cette tendance :

La prévalence des téléphones intelligents

L'utilisation des téléphones intelligents continue d'être un facteur fondamental de l'adoption des paiements mobiles. Les téléphones intelligents ont non seulement révolutionné nos manières de vivre et de travailler, mais aussi la façon dont nous nous connectons les uns aux autres en tant qu'individus, mais aussi avec les entreprises.

Comme la plupart des Canadiens possèdent un appareil capable d'effectuer une transaction sécurisée, les paiements mobiles font de plus en plus partie de leur vie quotidienne. Des raisons similaires encouragent les entreprises à adopter des solutions de paiement mobile B2B. De la gestion des portefeuilles mobiles à l'accès aux applications de paiement entre pairs (P2P), les téléphones intelligents permettent des expériences de paiement rapides et faciles.



L'influence croissante des jeunes générations

Les jeunes générations, en particulier les milléniaux et la génération Z, ont grandi avec des téléphones intelligents et des technologies numériques. Ils sont habitués à (et préfèrent) des expériences numériques, rapides et transparentes. À mesure qu'ils accèdent à des postes de décision, ces technophiles s'attendent à des processus de paiement immédiats et conviviaux qu'ils ont connus en tant que consommateurs, ce qui fait des paiements mobiles un élément clé de l'avenir des transactions interentreprises.

Influence des tendances de paiement des consommateurs

L'adoption des paiements mobiles par les consommateurs est montée en flèche, des milliards de personnes dans le monde entier utilisant des services de paiement mobile.¹ Cette acceptation généralisée dans le secteur de la consommation a influencé les attentes des transactions interentreprises, les entreprises recherchant le même niveau de commodité et d'efficacité dans leurs transactions professionnelles.

Demande de paiements plus rapides

Dans le contexte commercial actuel qui évolue rapidement, il est essentiel de pouvoir effectuer des paiements le plus rapidement possible. Les plateformes de paiement mobile facilitent les transferts de fonds instantanés, réduisant ainsi le délai associé aux modes de paiement traditionnels. Cette urgence améliore la gestion des flux de trésorerie et renforce les relations d'affaires en assurant des paiements en temps opportun aux fournisseurs, aux vendeurs et aux employés.

Expansion de l'infrastructure de paiement sans contact

Même avant le téléphone intelligent, il a toujours fallu trouver l'équilibre entre la commodité et la sécurité des données dans l'innovation en matière de paiement. C'est ce qui a motivé l'adoption des cartes de débit et de crédit, suivie par l'utilisation généralisée des technologies NIP, de la puce EMV® et, aujourd'hui, des portefeuilles mobiles et des cartes de crédit sans contact.

Les portefeuilles mobiles offrent un moyen simple et sécuritaire de payer des biens et des services. Avec un portefeuille mobile, les particuliers peuvent stocker les informations relatives à leur carte de crédit de consommateur ou d'entreprise sur leur téléphone intelligent plutôt que de transporter leur carte plastique physique.

¹« [Mobile Payments App Revenue and Usage Statistics \(2025\)](#). » *Business of Apps*. 22 janvier 2025.

Des innovations comme la communication en champ proche (CCP), la segmentation en unités et l'authentification biométrique rendent également les paiements plus sécurisés et réduisent le risque de fraude. CCP est une technologie sans fil qui permet à deux appareils à proximité, comme les téléphones intelligents et les terminaux de paiement, d'échanger instantanément des données chiffrées. La segmentation en unités garantit que les renseignements sensibles sur les cartes de crédit sont stockés en toute sécurité dans le portefeuille mobile. En remplaçant le numéro de carte de crédit par des jetons uniques, les renseignements sont inutiles pour les fraudeurs. Les données biométriques des téléphones intelligents ajoutent une couche de sécurité supplémentaire.

Alors que les détaillants et les marchands mettent à niveau leurs systèmes de point de vente (PDV) pour accepter les paiements sans contact, les options de paiement mobile sont devenues plus accessibles que jamais. En utilisant des portefeuilles mobiles comme Apple Pay®, Google Wallet et Samsung Wallet s'est imposé comme une seconde nature pour beaucoup.

Impact de la pandémie de la COVID-19

La pandémie a considérablement accéléré l'adoption des paiements mobiles pour les transactions interentreprises. L'importance de systèmes de paiement flexibles et résistants a été soulignée, ce qui a incité les entreprises à intégrer les portefeuilles mobiles dans leurs opérations financières. De plus, les préoccupations concernant la transmission du virus par contact physique ont incité les consommateurs et les entreprises à adopter les paiements sans contact comme solution de rechange.

L'avenir des paiements mobiles au Canada.

À mesure que l'innovation en matière de paiement continue d'évoluer et que les entreprises continuent de rationaliser et d'intégrer les paiements mobiles, on s'attend à ce que l'adoption continue d'augmenter. En fait, le marché nord-américain du paiement mobile devrait atteindre 145,3 milliards de dollars américains d'ici 2030², avec une croissance significative due à l'adoption par les entreprises.

Il est clair que l'adoption des paiements mobiles entre entreprises et consommateurs (B2C) et entre les entreprises va continuer à se développer et que les entreprises vont continuer à intégrer les paiements mobiles dans leur gamme de paiements. Mais c'est l'expérience utilisateur qui, ultimement, constituera le principal facteur d'adoption. Les sociétés qui n'ont pas encore adopté cette technologie commencent à voir les avantages que les paiements mobiles offrent à leurs clients et à leurs employés, et elles ne seront pas loin de le faire.

²« [North America Mobile Payment Market Size & Outlook.](#) » Grandview Research, 30 septembre 2024

Le symbole sans contact et l'indicateur sans contact sont des marques commerciales détenues et utilisées avec l'autorisation d'EMVCo, LLC.

Apple Wallet est une marque commerciale d'Apple Inc. déposée aux États-Unis et dans d'autres pays et régions.

Google Wallet est une marque de commerce de Google LLC.

Samsung Wallet est une marque de commerce ou une marque déposée de Samsung Electronics Co., Ltd.

© U.S. Bank, 2025. Toutes les marques de commerce appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

02-0056-05-CAN (3/25) CAT-19365966.

