

L'acceptation et l'utilisation des modes de paiement dans les points de vente au Canada

Ben Fung et Kim P. Huynh, département de la Monnaie, Banque du Canada, et Anneke Kosse, département chargé des politiques relatives aux infrastructures de marché, De Nederlandsche Bank

- À partir de données issues de deux enquêtes réalisées récemment par la Banque du Canada, nous étudions dans cet article l'interaction entre consommateurs et commerçants afin de déterminer les modes de paiement acceptés et utilisés aux points de vente.
- Pratiquement tous les commerçants au Canada acceptent l'argent comptant. S'il est vrai que la quasi-totalité des grands établissements commerciaux accepte les cartes de débit et de crédit, seuls les deux tiers des commerçants de petite ou moyenne taille font de même. D'après notre analyse, ce qui incite les commerçants à accepter tel ou tel mode de paiement ne se limite pas aux coûts associés ni à leurs perceptions des différentes options de règlement. En effet, ils tiennent également compte des modes de paiement que les consommateurs sont susceptibles d'utiliser (d'après le contenu de leur portefeuille) et de préférer.
- La plupart des consommateurs gardent sur eux de l'argent comptant ainsi que des cartes de débit et de crédit. Le contenu de leur portefeuille dépend très peu de leurs perceptions et des coûts d'utilisation des divers modes de paiement.
- Ce sont en grande partie les consommateurs qui choisissent leur mode de paiement, car la plupart des commerçants en acceptent plusieurs. Nous constatons que l'argent comptant demeure largement utilisé, surtout pour les petites transactions, et ce, même dans les grands établissements commerciaux où les pièces, les billets et les cartes sont acceptés. Les consommateurs règlent principalement les transactions de valeur moyenne par carte de débit et les grosses transactions par carte de crédit.
- Ces résultats font ressortir l'importance de l'interaction entre consommateurs et commerçants ainsi que les externalités de réseau dans un marché biface.

Pour régler leurs achats, les consommateurs au Canada ont à leur disposition différents modes de paiement, comme l'argent comptant, les cartes de débit et les cartes de crédit. Il est dans l'intérêt de la Banque du Canada, unique autorité habilitée à émettre des billets au pays, de réaliser des enquêtes pour déterminer les modes de paiement que les consommateurs préfèrent utiliser aux points de vente, le but étant de suivre l'évolution de l'utilisation de l'argent comptant¹. Les recherches fondées sur ces enquêtes auprès des consommateurs font état d'une diminution de la part des paiements en argent comptant, tant sur le plan de la valeur et que sur celui du volume (Arango et autres, 2012; Fung, Huynh et Stuber, 2015). Afin que le remplacement de l'argent comptant par les cartes et autres modes de paiement soit mieux compris, la Banque du Canada a effectué une autre enquête en 2015 sur les coûts des paiements pour les commerçants canadiens².

◀ *Il est dans l'intérêt de la Banque du Canada de réaliser des enquêtes pour suivre l'évolution de l'utilisation de l'argent comptant.*

Cet article vise à analyser, à partir des données recueillies lors de deux récentes enquêtes de la Banque, l'interaction entre consommateurs et commerçants au Canada, et ainsi à déterminer les modes de paiement utilisés aux points de vente. Une telle analyse est nécessaire, car le marché des paiements est un marché biface dans lequel interviennent deux groupes d'utilisateurs distincts³ : les consommateurs (qui choisissent un mode de paiement parmi ceux proposés par le commerçant, et privilégient parfois les commerces où leur mode de paiement préféré est accepté) et les commerçants (qui sont susceptibles d'accepter les modes de paiement leur permettant d'élargir leur clientèle, même si ces options coûtent plus cher ou sont moins bonnes que d'autres).

L'article commence par une brève description des méthodes d'enquête. Nous discuterons ensuite des perceptions et des coûts des modes de paiement ainsi que de leur acceptation par les commerçants et de leur adoption par les consommateurs. Nous étudierons par la suite l'interaction entre consommateurs et commerçants afin de déterminer les modes de paiement utilisés. En conclusion, nous donnerons des idées pour élargir le champ de la recherche.

Méthodes d'enquête

Enquête auprès des commerçants

L'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants avait pour but de recueillir des renseignements auprès des détaillants sur les modes de paiement acceptés aux points de vente en 2014 et sur leurs coûts. Dans cette enquête, l'accent était mis sur l'argent comptant ainsi que les cartes de débit et de crédit (**Encadré 1**). On trouvera des informations détaillées sur les objectifs et les mesures de l'enquête dans Kosse et autres (2017). Comme le profil des commerçants est diversifié, les données ont été collectées selon la taille, le secteur d'activité et la région des répondants. S'agissant des secteurs d'activité, l'enquête ciblait la vente au détail, la restauration et l'hébergement ainsi que les fournisseurs de services

1 Voir Arango et Welte (2012) ainsi que Henry, Huynh et Shen (2015) pour obtenir de plus amples renseignements au sujet des enquêtes sur les modes de paiement réalisées par la Banque du Canada en 2009 et en 2013, respectivement.

2 Il s'agissait d'un des principaux volets d'une enquête de plus grande envergure sur les modes de paiement menée auprès des consommateurs, des commerçants, des institutions financières et des fournisseurs d'infrastructures (par exemple, les entreprises de transport de fonds), de la Banque du Canada et de la Monnaie royale canadienne. Kosse et autres (2017) en présentent les résultats. La Banque a également réalisé une enquête à plus petite échelle en 2006 sur les coûts liés à l'acceptation de divers modes de paiement par les détaillants. Voir à ce sujet Arango et Taylor (2008).

3 Rysman (2009) définit les marchés bifaces de manière détaillée.

Encadré 1

L'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants

L'enquête de 2015 sur les coûts de différents modes de paiement pour les détaillants a permis de recueillir 900 réponses auprès des commerçants de petite et moyenne taille. Les échantillons ont également été pondérés pour être représentatifs¹. En outre, 169 réponses provenaient de grands établissements commerciaux². D'après l'échantillonnage de l'enquête, ces réponses couvraient presque les deux tiers du chiffre d'affaires aux points de vente pour cette catégorie de détaillants. Chen et Shen (2017) et Jiongo (2017) donnent une analyse détaillée de la méthode d'échantillonnage dans la catégorie des commerçants de petite et moyenne taille et dans celle des grands établissements commerciaux, respectivement. Hatko (2017) traite de la méthode permettant de tenir compte des non-réponses totales (non-réponses à la totalité du questionnaire) et des non-réponses partielles (non-réponses à certaines questions seulement).

Le **Tableau 1-A** montre que les caractéristiques des échantillons dans les deux grandes catégories étaient bien différentes sur le plan du chiffre d'affaires, de l'effectif et de l'infrastructure de paiement. La moitié des commerçants de petite et moyenne taille avaient un chiffre d'affaires de moins de 375 000 \$ et comptaient moins de quatre

Tableau 1-A : Caractéristiques des commerçants et infrastructure (valeur médiane)

| | Commerçants de petite et moyenne taille | Grands établissements commerciaux |
|-------------------------------|---|-----------------------------------|
| Ventes annuelles totales | 375 000 \$ | 2 426 508 \$ |
| Nombre d'employés | 4 | 85 |
| Terminaux aux points de vente | 1 | 6 |
| Caisse enregistreuses | 1 | 3,5 |
| Encaisse | 300 \$ | 1 800 \$ |

Source : enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants

employés. Le chiffre d'affaires et l'effectif médians des grands établissements commerciaux étaient beaucoup plus élevés, à savoir 2 426 508 \$ et 85 employés, respectivement. Plus de la moitié des commerçants de petite et moyenne taille avaient un seul terminal et une seule caisse enregistreuse à leur point de vente, soit beaucoup moins que les grands établissements commerciaux. En ce qui concerne l'encaisse, la moitié des commerçants de petite et moyenne taille ayant répondu à l'enquête détenaient moins de 300 \$ en argent comptant comparativement à une médiane de 1 800 \$ pour les grands établissements commerciaux.

1 Seules 826 réponses provenant des commerçants de petite et moyenne taille ont pu être utilisées pour l'analyse.

2 Ce chiffre correspond à 114 grands établissements indépendants et à 55 chaînes.

personnels, comme les nettoyeurs et les coiffeurs. En ce qui concerne leur taille, les commerçants ont été classés en deux catégories générales : 1) les commerçants de petite et moyenne taille, qui limitent leurs activités à un seul emplacement et comptent moins de 50 employés; et 2) les grands établissements commerciaux, qui possèdent un seul emplacement, mais un effectif de plus de 50 employés ou qui ont plusieurs emplacements. Welte (2017) donne des informations détaillées sur la méthode d'échantillonnage, le questionnaire, le taux de réponse et le champ d'études.

Enquête auprès des consommateurs

La Banque du Canada mène périodiquement des enquêtes pour étudier les différents modes de paiement, la plus récente datant de 2013⁴. L'enquête de 2013 sur les modes de paiement comportait deux parties : un questionnaire visant à recueillir des données démographiques sur le répondant, et un journal dans lequel celui-ci devait consigner ses transactions pendant trois jours. Henry, Huynh et Shen (2015) fournissent une analyse détaillée de l'enquête de 2013 sur les modes de paiement et ses résultats.

4 La Banque du Canada réalise actuellement l'enquête de 2017 sur les modes de paiement, dont les résultats seront publiés en 2018.

Commerçants : acceptation, perceptions et coûts

Comme un mode de paiement ne peut être utilisé que s'il est accepté au point de vente, le commerçant joue un rôle déterminant dans l'évolution de l'utilisation de l'argent comptant et des autres modes de paiement. À partir des données de l'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants, nous examinons de quelle manière les choix des commerçants sont influencés par leurs perceptions et les coûts des diverses méthodes de règlement aux points de vente.

◀ Les commerçants jouent un rôle déterminant dans l'évolution de l'utilisation de l'argent comptant et des autres modes de paiement.

Acceptation par les commerçants

Les commerçants canadiens devaient indiquer les modes de paiement qu'ils acceptent parmi les suivants : l'argent comptant, les cartes de débit, les cartes de crédit, les cartes-cadeaux portant la marque d'un détaillant, les chèques, les paiements mobiles et même le bitcoin (Tableau 1). Comme nous nous y attendions, l'argent comptant est accepté presque partout, soit par 94 % des commerçants de petite et moyenne taille et par 98 % des grands établissements commerciaux. Les cartes de débit et de crédit sont aussi acceptées à large échelle par ces derniers (aux alentours de 98 %), mais par environ 67 % seulement des commerçants de petite et moyenne taille. Lorsque les commerçants acceptent le paiement par carte, il s'agit en général aussi bien des cartes de débit que des cartes de crédit. Dans l'ensemble, les grands établissements commerciaux acceptent l'argent comptant, les cartes de débit et les cartes de crédit dans les mêmes proportions, tandis que les commerçants de petite et moyenne taille sont plus enclins à accepter les pièces et les billets⁵.

Tableau 1 : Acceptation des modes de paiement par les commerçants (en pourcentage)

| | Argent comptant | Cartes de débit | Cartes de crédit | Chèques | Cartes prépayées | Paiement mobile | Bitcoin |
|--|-----------------|-----------------|------------------|---------|------------------|-----------------|---------|
| Selon la taille | | | | | | | |
| Commerçants de petite et moyenne taille | 94 | 67 | 66 | 64 | 22 | 5 | 2 |
| Grands établissements commerciaux | 98 | 97 | 98 | 63 | 54 | 8 | 2 |
| Par secteur (commerçants de petite et moyenne taille seulement) | | | | | | | |
| Commerces de détail spécialisés | 93 | 75 | 72 | 66 | | 6 | 1 |
| Commerces de détail généraux | 98 | 69 | 64 | 63 | | 8 | 1 |
| Hébergement et restauration | 98 | 74 | 72 | 37 | | 5 | 1 |
| Fournisseurs de services personnels | 92 | 56 | 59 | 78 | | 3 | 3 |
| Par région (commerçants de petite et moyenne taille seulement) | | | | | | | |
| Provinces de l'Atlantique | 95 | 75 | 73 | 71 | | 3 | 2 |
| Québec | 91 | 59 | 56 | 59 | | 4 | 1 |
| Ontario | 96 | 73 | 73 | 59 | | 3 | 1 |
| Provinces des Prairies | 93 | 64 | 68 | 77 | | 4 | 5 |
| Colombie-Britannique | 94 | 66 | 60 | 70 | | 11 | 0 |

Nota : Seuls les résultats des commerçants de petite et moyenne taille sont décomposés par secteur et par région, car bien des grands établissements commerciaux exercent leurs activités dans plus d'un secteur et d'une province.

Les cartes prépayées renvoient aux cartes-cadeaux portant la marque d'un détaillant.

Source : enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants

⁵ Les cartes-cadeaux portant la marque d'un détaillant sont acceptées par plus de la moitié des grands établissements commerciaux, mais par seulement 22 % des commerçants de petite et moyenne taille. Plus de 60 % des détaillants acceptent les chèques, même si l'utilisation de ce mode de paiement n'a cessé de décliner ces dernières années. En revanche, les fournisseurs de services personnels (nettoyeurs, coiffeurs) affichent le plus faible taux d'acceptation des cartes, mais 78 % d'entre eux acceptent encore les chèques, soit le taux d'acceptation le plus élevé de tous les secteurs pour ce mode de paiement. Les nouveaux modes de paiement, comme les paiements mobiles et le bitcoin, sont rarement acceptés chez les commerçants, ce qui témoigne de leur faible taux d'adoption et d'utilisation par les consommateurs.

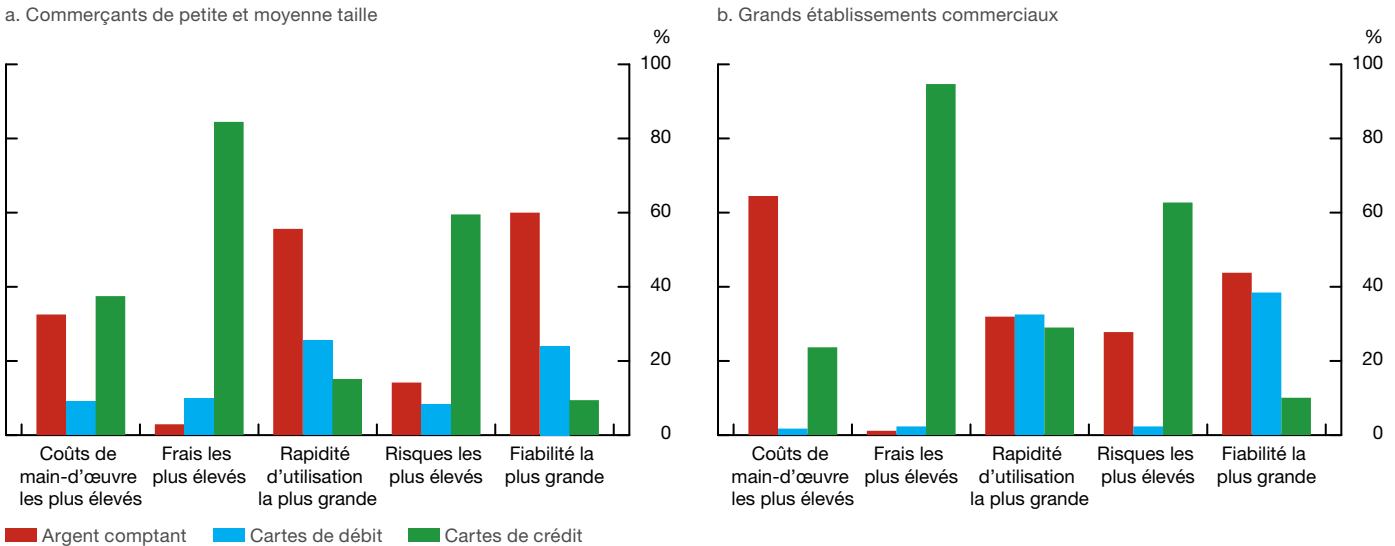
Chez les commerçants de petite et moyenne taille, le taux d'acceptation de l'argent comptant et des cartes varie entre les secteurs et les régions. Les établissements proposant des services d'hébergement et de restauration affichent un taux élevé d'acceptation de l'argent comptant et des cartes. Si l'argent comptant est accepté partout au pays, les cartes le sont plus souvent en Ontario et dans les provinces de l'Atlantique, mais moins au Québec.

Perceptions des commerçants

Dans l'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants, les commerçants devaient indiquer leurs perceptions des modes de paiement comme l'argent comptant, les cartes de débit et les cartes de crédit sur la base de cinq caractéristiques : les coûts de main-d'œuvre, les frais, la fiabilité, la sûreté et la vitesse de traitement. Le **Graphique 1a** et le **Graphique 1b** illustrent les perceptions des commerçants de petite et moyenne taille et des grands établissements commerciaux à ces égards⁶.

Les commerçants de petite et moyenne taille estiment que les cartes de débit sont moins onéreuses en main-d'œuvre et moins sujettes à la fraude, mais que l'argent comptant engendre le moins de frais et est la méthode la plus fiable (la moins susceptible de dysfonctionnement) et la plus rapide à utiliser. Les cartes de crédit sont leur dernier choix sur la base des cinq attributs. Pour les grands établissements commerciaux, les cartes de débit coûtent moins cher en main-d'œuvre, présentent moins de risque et permettent de régler les transactions plus rapidement au comptoir⁷. Bien que les grands établissements commerciaux considèrent l'argent comptant

Graphique 1 : Perceptions des modes de paiement chez les commerçants



Nota : Les barres représentent le pourcentage de commerçants de l'échantillon ayant indiqué tel ou tel mode de paiement comme étant le plus coûteux en main-d'œuvre ou en frais, le plus fiable, le plus risqué sur le plan de la fraude et de la sécurité, et le plus rapide à utiliser au point de vente.

Source : enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants

6 Toutes les données des tableaux et graphiques du présent article sont pondérées de manière à composer un échantillon représentatif du segment visé de la population canadienne.
 7 Les coûts de main-d'œuvre prennent en compte le temps consacré au traitement des paiements à la caisse et aux opérations de traitement administratif, comme le décompte et le dépôt d'argent comptant.

comme l'option la moins coûteuse en frais et la plus fiable, ils estiment aussi qu'elle coûte le plus cher en main-d'œuvre. Ils considèrent également les cartes de crédit comme l'option la plus coûteuse en frais, la plus risquée, la moins fiable et la plus lente.

C'est ainsi que les commerçants ont tendance à préférer l'argent comptant et les cartes de débit. Dans l'ensemble, ces perceptions sont assez uniformes entre les secteurs et les régions.

◀ Les commerçants, tous secteurs confondus, indiquent généralement qu'ils préfèrent l'argent comptant et les cartes de débit.

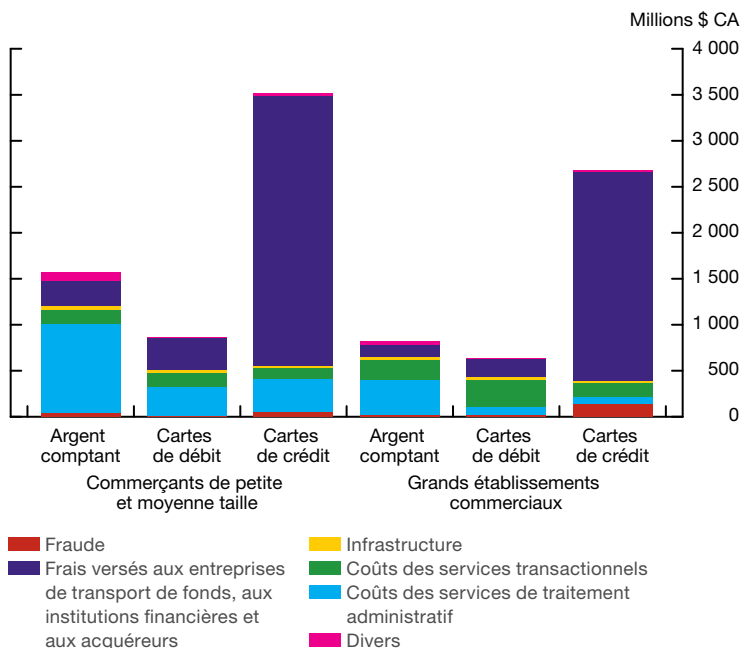
Coûts des modes de paiement pour les commerçants

Les commerçants assument des coûts liés à l'acceptation de chaque mode de paiement. L'ensemble de leurs coûts individuels englobe les ressources employées (p. ex., le temps consacré à l'administration des paiements) et les frais qu'ils versent à d'autres parties (comme les frais de transaction perçus par les sociétés de traitement des paiements)⁸. En 2014, l'acceptation des paiements aux points de vente a coûté 10 milliards de dollars aux commerçants canadiens. La majeure partie, soit 6,2 milliards de dollars, se rapportait à l'acceptation des cartes de crédit; 2,4 milliards de dollars étaient associés à l'argent comptant et 1,5 milliard de dollars concernaient les cartes de débit.

La composition des coûts varie entre les modes de paiement et selon la taille des commerçants. Pour les cartes de crédit, les frais de traitement représentent la plupart des coûts (Graphique 2). Dans le cas de l'argent comptant, les principaux coûts sont des coûts de traitement administratif, attribuables notamment au temps qu'il faut pour compter l'argent et le

Graphique 2 : Ensemble des coûts individuels par poste de coût

Selon la taille des commerçants



Source : enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants

⁸ Dans le présent article, toutes les mesures de coûts font référence aux coûts individuels des commerçants. Les études sur le même sujet utilisent parfois une autre mesure : les coûts en ressources. Ces derniers diffèrent des coûts individuels, car ils ne prennent pas en compte les frais versés à des tiers. Pour une analyse plus détaillée de ces mesures de coûts, voir Kosse et autres (2017).

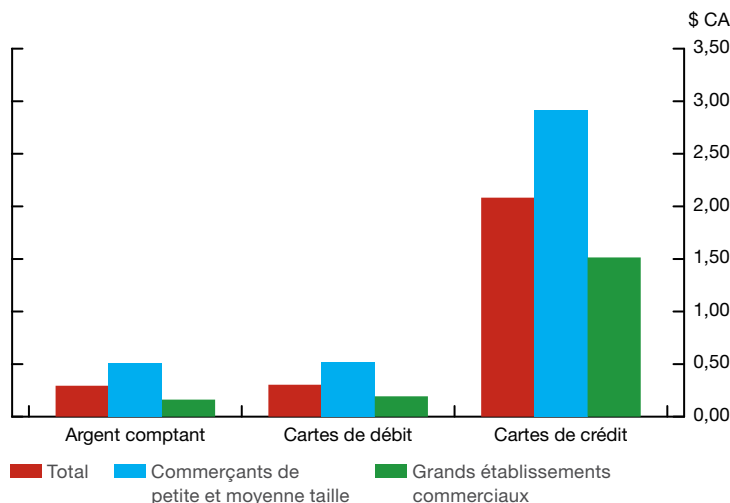
déposer à la banque. Ces coûts sont particulièrement élevés pour les commerçants de petite et moyenne taille, ce qui semble être révélateur d'une façon différente de procéder. Par exemple, ils préfèrent peut-être déposer chaque jour à la banque l'argent comptant qu'ils reçoivent. Les coûts les plus importants associés aux cartes de débit sont les coûts de traitement administratif et les frais versés aux fournisseurs de services de traitement pour les commerçants de petite et moyenne taille, mais pour les grands établissements commerciaux, ce sont les coûts liés aux services transactionnels.

Le coût moyen par transaction est le plus élevé pour les cartes de crédit, soit 2,08 \$, contre 0,29 \$ pour l'argent comptant et 0,30 \$ pour les cartes de débit (**Graphique 3**). Pour chaque méthode de paiement, les commerçants de petite et moyenne taille paient des frais moyens par transaction plus élevés que les grands établissements commerciaux. Ainsi, les paiements par carte de crédit coûtent presque deux fois plus cher aux commerçants de petite et moyenne taille qu'aux grands établissements commerciaux, possiblement en raison des économies d'échelle que ces derniers sont en mesure de réaliser⁹.

Le **Graphique 4** montre que les coûts associés aux transactions en argent comptant ou par carte de crédit augmentent avec la valeur des transactions. Dans le cas des espèces, ces coûts accrus s'expliquent par le plus grand nombre de billets nécessaires pour régler de grosses transactions. Pour les cartes de crédit, ils sont attribuables au fait que les frais imposés aux commerçants sont proportionnels au montant de la transaction. Les coûts des transactions par carte de débit sont en revanche constants. Il se dégage également du graphique qu'abstraction faite des coûts fixes d'implantation (comme les investissements dans les terminaux), le mode de paiement le moins onéreux pour les commerçants est l'argent comptant dans le cas des

◀ Pour les commerçants, les coûts associés aux transactions en argent comptant ou par carte de crédit augmentent avec la valeur des transactions, mais ceux des transactions par carte de débit sont constants.

Graphique 3 : Coûts moyens individuels par transaction



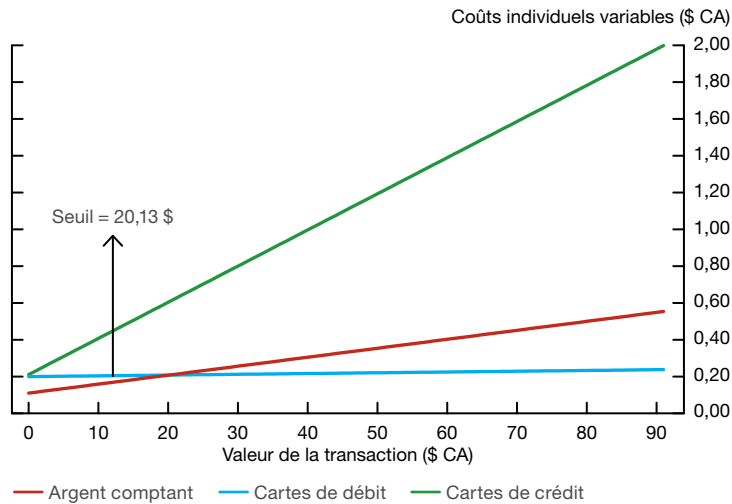
Nota : Pour chaque mode de paiement, les coûts moyens individuels par transaction sont calculés en divisant les coûts individuels par le nombre de transactions.

Source : enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants

⁹ L'argent comptant sert principalement au règlement des petites transactions, et la valeur médiane des transactions réglées par carte de crédit est presque deux fois plus élevée pour les commerçants de petite et moyenne taille que pour les grands établissements commerciaux. Voir Kosse et autres (2017) pour une comparaison des coûts selon la valeur des transactions.

Graphique 4 : Coûts individuels variables selon la valeur de la transaction

Commerçants, peu importe la taille



Source : enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants

achats d'une valeur maximale d'environ 20 \$, et la carte de débit dans celui des transactions de plus de 20 \$¹⁰. Peu importe la valeur de la transaction, la carte de crédit est l'option la plus coûteuse pour eux. Sur la base des coûts variables seulement, les commerçants préféreraient que les petites transactions soient réglées en argent comptant et les grosses, par carte de débit.

D'après leurs perceptions, les grands établissements commerciaux préfèrent les cartes de débit à l'argent comptant et aux cartes de crédit. Du point de vue des coûts de transaction, ils penchent aussi pour les cartes de débit, car elles engendrent des coûts moyens généralement semblables à ceux de l'argent comptant et offrent l'option la moins onéreuse pour les transactions de plus de 20 \$. Sans égard aux préférences ni aux coûts, presque tous les grands établissements commerciaux acceptent l'argent comptant, les cartes de débit et les cartes de crédit. Si le taux d'acceptation des cartes est moins élevé chez les commerçants de petite et moyenne taille, ceux qui les acceptent le font à un taux semblable pour les cartes de débit et de crédit, mais les cartes de débit sont l'option privilégiée sur la base des coûts et des perceptions.

Ces résultats semblent indiquer que les perceptions des commerçants et les coûts ne sont pas les seuls facteurs qui conditionnent leur acceptation des modes de paiement.

Consommateurs : adoption, perceptions et coûts

Les consommateurs choisissent d'abord ce qu'ils mettent dans leur portefeuille, puis comment ils vont régler leurs achats aux points de vente. Dans cette section, nous nous demandons si les perceptions des consommateurs et les coûts des modes de paiement aux points de vente influencent le contenu de leur portefeuille. Pour ce faire, nous nous appuyons sur les résultats de l'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants et de l'enquête de 2013 sur les modes de paiement.

¹⁰ Le seuil des grands établissements commerciaux est légèrement plus élevé que celui des commerçants de petite et moyenne taille. Pour de plus amples renseignements sur le graphique et les calculs connexes, voir Kosse et autres (2017).

Adoption par les consommateurs

La plupart des consommateurs au Canada ont la possibilité d'utiliser plusieurs modes de paiement aux points de vente, dont l'argent comptant, les cartes de débit et les cartes de crédit. Selon les résultats de l'enquête de 2013 sur les modes de paiement, plus de 87 % des Canadiens gardent des billets dans leur portefeuille, tandis que 86 % y conservent une carte de débit et 83 % une carte de crédit¹¹.

Perceptions des consommateurs

Dans l'enquête de 2013 sur les modes de paiement, les consommateurs devaient évaluer leurs perceptions à l'égard de plusieurs aspects des différents modes de paiement. D'après Fung, Huynh et Stuber (2015), les consommateurs considéraient l'argent comptant comme beaucoup moins coûteux et plus sûr que les cartes de débit et de crédit. Cela dit, ils estimaient que ces trois modes de paiement s'équivalaient sur les plans de l'utilisation et de l'acceptation, et ne faisaient état que de différences relativement faibles en matière d'acceptation des espèces et des cartes.

Coûts des modes de paiement pour les consommateurs

Si l'on se fonde sur l'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants, l'ensemble des paiements aux points de vente en 2014 ont coûté 5,5 milliards de dollars aux consommateurs canadiens, la majeure partie de ce montant étant attribuable aux cartes de débit (2,9 milliards de dollars) et à l'argent comptant (2,2 milliards de dollars). La carte de crédit est le mode de paiement qui a coûté le moins cher aux consommateurs (0,4 milliard de dollars), les principaux coûts étant les frais annuels et le temps nécessaire au paiement¹². Pour les consommateurs, la plupart des coûts associés à l'argent comptant proviennent des frais de retrait, suivis du temps passé à effectuer des retraits aux guichets automatiques et à manipuler pièces et billets aux points de vente¹³. Dans le cas des cartes de débit, les principaux éléments de coûts sont composés des frais de transaction versés aux institutions financières et du temps passé au comptoir pour effectuer des transactions.

Le **Graphique 5** montre qu'à l'échelon des transactions, les coûts d'un paiement additionnel en argent comptant varient selon la taille de la transaction, mais que les coûts des paiements par carte de crédit ou de débit ne changent pas, car ils sont principalement constitués du coût en temps associé à ces transactions. Les cartes de débit sont toutefois plus onéreuses que les cartes de crédit pour les consommateurs puisqu'ils doivent souvent payer des frais fixes pour chaque transaction. Par conséquent, le mode de paiement le moins coûteux pour les consommateurs est la carte de crédit; le plus coûteux est la carte de débit, sauf dans le cas des transactions de plus de 78 \$, auquel cas l'argent comptant est l'option la plus coûteuse¹⁴.

◀ *Le mode de paiement le moins coûteux pour les consommateurs est la carte de crédit; le plus coûteux est la carte de débit, sauf dans le cas des transactions de plus de 78 \$, auquel cas l'argent comptant est l'option la plus coûteuse.*

¹¹ Ces données se fondent sur les journaux d'achats de l'enquête de 2013 sur les modes de paiement. Les consommateurs possèdent plutôt des cartes de débit, mais le contenu de leur portefeuille ne reflète pas forcément toutes les options à leur disposition.

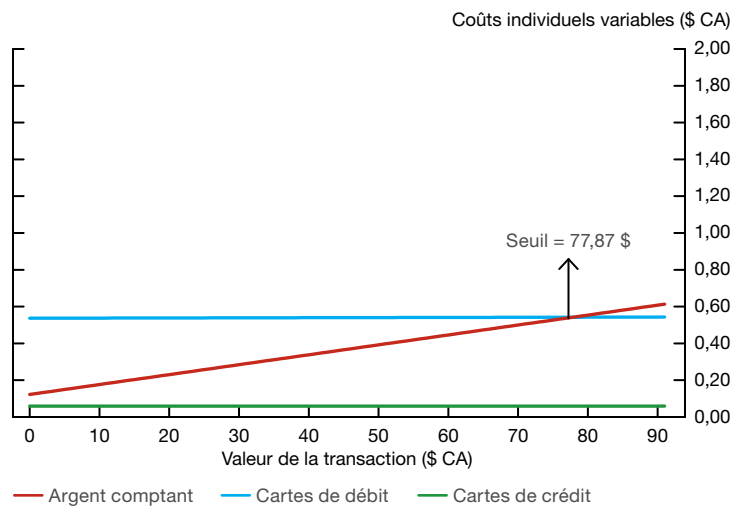
¹² Les frais d'intérêt des cartes de crédit sortent du cadre de l'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants, qui se concentraient sur l'utilisation des cartes de crédit comme mode de paiement et non comme source de crédit.

¹³ Les coûts associés à l'argent comptant pour les consommateurs englobent également les intérêts perdus sur les espèces.

¹⁴ Pour plus de précisions sur ce calcul, voir Kosse et autres (2017).

Graphique 5 : Coûts individuels variables selon la valeur de la transaction

Consommateurs



Sources : enquête de 2013 sur les modes de paiement et autres sources indiquées dans Kosse et autres (2017)

Les consommateurs considéraient l'argent comptant comme moins coûteux que les cartes de débit. Cette perception cadre avec les coûts relatifs réels qu'ils assument. Cependant, ils sont tout autant susceptibles de garder sur eux de l'argent comptant qu'une carte de débit¹⁵. Un pourcentage légèrement inférieur de consommateurs conservent sur eux une carte de crédit¹⁶. Dans l'ensemble, les perceptions des consommateurs et les coûts semblent peu influencer sur le contenu de leur portefeuille. Pourtant, ces facteurs pourraient avoir une plus grande influence sur le choix du mode de paiement lors d'un achat.

Utilisation de l'argent comptant et des cartes aux points de vente

Dans cette section, nous traitons de l'utilisation de l'argent comptant et des cartes aux points de vente d'après le nombre de transactions et leur valeur. Le **Tableau 2** présente la part des paiements réglés en argent comptant, par carte de débit et par carte de crédit, selon le volume et la valeur des transactions tirés de l'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants¹⁷. L'argent comptant représente la part la plus élevée en volume (51 %), mais la plus faible en valeur (24 %), ce qui démontre que les consommateurs ont recours à l'argent comptant principalement pour régler de petites transactions. Les commerçants ont signalé qu'il y avait plus de transactions réglées par carte de débit (31 %) que par carte de crédit (19 %) dans leurs établissements, mais que la part des cartes de crédit était supérieure au regard de la valeur des transactions.

◀ *L'argent comptant, qui sert principalement à régler de petites transactions, représente pour les commerçants la part la plus élevée en volume et la plus faible en valeur.*

¹⁵ On peut se procurer de l'argent comptant et des cartes de débit presque partout. Plus de 98 % des Canadiens détiennent un compte bancaire, qui s'accompagne habituellement d'une carte de débit.

¹⁶ Selon les résultats de l'enquête de 2013 sur les modes de paiement, seuls 82 % des Canadiens détiennent une carte de crédit (Henry, Huynh et Shen, 2015). Il est possible que certains consommateurs n'aient pas droit à une carte de crédit ou choisissent de ne pas en avoir en raison des frais annuels qui y sont associés ou par peur de s'endetter.

¹⁷ Il est également possible de calculer la part de chaque mode de paiement à partir des données recueillies au moyen des journaux d'achats sur trois jours de l'enquête de 2013 sur les modes de paiement. Les résultats ainsi obtenus sont semblables à ceux de Henry, Huynh et Shen (2015).

La part des divers modes de paiement est généralement semblable, qu'il s'agisse des commerçants de petite et moyenne taille ou des grands établissements commerciaux.

Le **Tableau 3** montre la valeur médiane des transactions en argent comptant et par carte d'après l'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants. La valeur médiane des transactions en argent

Tableau 2 : Part des modes de paiement selon l'enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants (en pourcentage)

| | Volume | | | Valeur | | |
|--|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| | Argent comptant | Cartes de débit | Cartes de crédit | Argent comptant | Cartes de débit | Cartes de crédit |
| Tous les commerçants | 51 | 31 | 19 | 24 | 34 | 42 |
| <i>Selon la taille</i> | | | | | | |
| Commerçants de petite et moyenne taille | 54 | 27 | 18 | 26 | 29 | 45 |
| Grands établissements commerciaux | 48 | 33 | 19 | 22 | 39 | 40 |
| <i>Par secteur (commerçants de petite et moyenne taille)</i> | | | | | | |
| Commerces de détail spécialisés | 47 | 32 | 21 | 22 | 29 | 48 |
| Commerces de détail généraux | 64 | 28 | 8 | 32 | 35 | 33 |
| Hébergement et restauration | 62 | 22 | 16 | 38 | 23 | 38 |
| Fournisseurs de services personnels | 51 | 24 | 25 | 23 | 28 | 49 |
| <i>Par région (commerçants de petite et moyenne taille)</i> | | | | | | |
| Provinces de l'Atlantique | 60 | 28 | 13 | 38 | 29 | 33 |
| Québec | 56 | 27 | 17 | 25 | 32 | 43 |
| Ontario | 60 | 23 | 17 | 30 | 22 | 48 |
| Provinces des Prairies | 50 | 31 | 20 | 22 | 34 | 43 |
| Colombie-Britannique | 46 | 31 | 23 | 21 | 30 | 49 |

Nota : Ce tableau présente la proportion de la valeur totale et du nombre de transactions que représente chaque mode de paiement. Les chiffres étant arrondis, le total des pourcentages n'est pas nécessairement égal à 100. Les pourcentages par secteur et par région ne concernent que les commerçants de petite et moyenne taille.

Source : enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants

Tableau 3 : Valeur médiane des transactions selon la taille, le secteur et la région (\$ CA)

| | Argent comptant | Cartes de débit | Cartes de crédit |
|--|-----------------|-----------------|------------------|
| Tous les commerçants | 8,04 | 28,33 | 43,85 |
| <i>Selon la taille</i> | | | |
| Commerçants de petite et moyenne taille | 10,00 | 25,00 | 33,33 |
| Grands établissements commerciaux | 4,66 | 31,52 | 46,17 |
| <i>Par secteur (commerçants de petite et moyenne taille)</i> | | | |
| Commerces de détail spécialisés | 14,08 | 27,73 | 38,54 |
| Commerces de détail généraux | 4,80 | 31,22 | 69,94 |
| Hébergement et restauration | 5,75 | 16,89 | 25,56 |
| Fournisseurs de services personnels | 15,00 | 54,25 | 12,18 |
| <i>Par région (commerçants de petite et moyenne taille)</i> | | | |
| Provinces de l'Atlantique | 9,00 | 27,73 | 38,69 |
| Québec | 10,00 | 29,03 | 41,89 |
| Ontario | 10,00 | 20,00 | 40,07 |
| Provinces des Prairies | 11,17 | 41,29 | 33,35 |
| Colombie-Britannique | 7,27 | 19,82 | 23,45 |

Source : enquête de 2015 sur les coûts des différents modes de paiement pour les détaillants

comptant dans les grands établissements commerciaux (moins de 5 \$) est presque inférieure de moitié à celle indiquée par les commerçants de petite et moyenne taille (10 \$), tandis que la valeur médiane des transactions par carte de débit et de crédit dans les grands établissements commerciaux est supérieure à celle mentionnée par les commerçants de petite et moyenne taille. La valeur médiane des transactions en argent comptant et par carte varie selon les secteurs et les régions, mais la tendance globale est la même.

Ces résultats indiquent que l'argent comptant est principalement utilisé pour les petites transactions, les cartes de débit pour les achats de valeur moyenne, et les cartes de crédit pour les grosses transactions.

Les paiements dans un marché biface

Jusqu'à présent, nous avons analysé l'acceptation des modes de paiement par les commerçants et leur adoption par les consommateurs ainsi que l'utilisation effective de l'argent comptant et des cartes aux points de vente. Reste à savoir ce qui détermine l'utilisation de tel ou tel mode de paiement pour une transaction donnée au point de vente. Notre analyse donne à penser qu'il existe une interaction entre consommateurs et commerçants dans laquelle la valeur de l'achat et la taille du commerçant jouent un rôle important.

Premièrement, les commerçants décident des modes de paiement qu'ils vont accepter. D'après les résultats de l'enquête, leurs perceptions et les coûts ne sont pas les seuls facteurs qui influencent leurs décisions. En effet, ils prennent aussi en compte les modes de paiement que les consommateurs sont susceptibles d'utiliser (d'après le contenu de leur portefeuille) et de préférer. Bien que la carte de crédit soit l'option la plus coûteuse pour les commerçants, particulièrement ceux de petite et moyenne taille, et soit perçue comme le mode de paiement le moins fiable, le moins sûr et le plus lent, la quasi-totalité des grands établissements commerciaux et environ les deux tiers des commerçants de petite et moyenne taille l'acceptent. En règle générale, les commerçants qui acceptent les cartes de débit sont aussi ouverts aux cartes de crédit, et vice versa. Ainsi, les préférences et les coûts ne sont pas les seuls facteurs intervenant dans la décision des commerçants : la perspective de réaliser une vente s'ils acceptent le mode de paiement préféré des consommateurs joue également un rôle important.

Deuxièmement, une fois que les commerçants ont fait leur choix, ils ont une influence relativement limitée sur l'utilisation de ces modes de paiement au point de vente¹⁸. C'est principalement le consommateur qui décide. De nombreux consommateurs conservent encore de l'argent comptant dans leur portefeuille. Toutefois, comme les paiements en argent comptant leur coûtent plus cher que les paiements par carte de crédit, on pourrait croire que les détenteurs d'une carte de crédit l'utiliseraient dès lors qu'elle est acceptée, et paieraient uniquement en argent comptant si tel n'est pas le cas¹⁹. De même, pour régler les grosses transactions, les consommateurs préféreraient utiliser les cartes de débit plutôt que l'argent comptant, à partir du moment où elles sont acceptées par le commerçant.

¹⁸ Dans l'avenir, il serait utile d'étudier si les commerçants de petite et moyenne taille tentent d'inciter les consommateurs à payer comptant (par exemple en offrant des rabais) et à utiliser les cartes de crédit seulement pour régler les gros achats; voir Welte (2016).

¹⁹ Parmi les autres raisons qui expliquent la préférence des consommateurs pour les cartes de crédit, mentionnons la perspective d'obtenir des récompenses ou d'autres avantages, le crédit à court terme ou la tenue des comptes.

Les résultats d'enquête indiquent pourtant que l'argent comptant est plus utilisé que les cartes pour les petites transactions et que la valeur médiane des transactions en argent comptant s'établit à environ 8 \$, soit beaucoup moins que pour les cartes. Les consommateurs choisissent d'utiliser l'argent comptant pour les petites transactions, même dans les grands établissements commerciaux où les cartes sont acceptées presque systématiquement. Il y a donc lieu de croire que les coûts ne sont qu'un seul des facteurs pris en compte par les consommateurs. En effet, ils préfèrent peut-être l'argent comptant compte tenu de leurs habitudes de paiement, de leurs perceptions à l'égard de la sûreté du règlement, ou encore de la vitesse et de la commodité de ce mode de paiement pour les petites transactions (voir par exemple Wakamori et Welte, 2017).

Pour les grosses transactions, les consommateurs jouent également un grand rôle dans l'utilisation de tel ou tel mode de paiement. Les commerçants préfèrent généralement les cartes de débit à l'argent comptant et aux cartes de crédit, puisqu'il s'agit de l'option la moins onéreuse et la plus sûre. Les cartes de crédit représentent le mode de paiement le plus coûteux pour les commerçants, surtout pour les commerçants de petite et moyenne taille. De plus, les coûts liés à l'acceptation des cartes de crédit augmentent avec la valeur de la transaction. Toutefois, les résultats de nos enquêtes permettent de penser que les consommateurs règlent principalement les transactions de valeur moyenne par carte de débit et les grosses transactions par carte de crédit, sans doute parce que ce dernier mode de paiement leur permet de rembourser plus tard le solde de leur compte et d'obtenir des récompenses²⁰.

D'après l'analyse ci-dessus, il existe donc une interaction importante entre consommateurs et commerçants, ce qui est particulièrement visible dans l'utilisation des cartes de crédit. Comme les consommateurs en détiennent et préfèrent les utiliser, certains commerçants ont tout intérêt à les accepter. Les grands établissements commerciaux, qui assument habituellement des coûts moins élevés que les commerçants de petite et moyenne taille, ont tendance à tenir compte des préférences des consommateurs : ils acceptent les cartes de crédit pour toutes les transactions.

Cette interaction entre consommateurs et commerçants est inhérente aux marchés bifaces. La prépondérance de l'argent comptant dans les petites transactions pourrait être attribuable à la préférence des consommateurs pour ce mode de paiement. Mais elle pourrait aussi s'expliquer par le fait que les commerçants incitent les clients à utiliser certains modes de paiement pour les petites transactions, par exemple en établissant un montant minimal pour les paiements par carte ou en refusant purement et simplement les cartes (comme le font certains commerçants de petite et moyenne taille). Cette hypothèse cadre avec les constatations de Huynh, Schmidt-Dengler et Stix (2014), selon lesquelles les consommateurs continuent de garder de l'argent comptant sur eux parce que les cartes de paiement ne sont pas acceptées partout.

L'utilisation répandue des cartes de crédit pour le règlement de gros achats, malgré des coûts plus élevés pour les commerçants, fait également ressortir l'importance des externalités de réseau dans le marché des cartes de paiement. En offrant diverses mesures incitatives aux consommateurs, les sociétés émettrices de cartes de crédit poussent les consommateurs

◀ *Les cartes de crédit représentent le mode de paiement le plus coûteux pour les commerçants, surtout ceux de petite et moyenne taille.*

²⁰ À partir de microdonnées recueillies sur une période de quinze ans dans le cadre de l'enquête Canadian Financial Monitor, Bilyk et Peterson (2015) constatent que les consommateurs utilisent de plus en plus la carte de crédit comme mode de paiement plutôt que comme instrument d'emprunt à court terme.

à adopter et à utiliser ce mode de paiement. Plus les consommateurs qui détiennent une carte de crédit et l'utilisent sont nombreux, plus les commerçants sont incités à accepter ce mode de paiement. Ainsi, son taux d'acceptation dans les commerces augmente, ce qui accroît les avantages pour le consommateur de détenir des cartes de crédit et de les utiliser (Rysman et Wright, 2014). Arango, Huynh et Sabetti (2015) constatent que les détenteurs d'une carte de crédit offrant des récompenses sont attachés aux paiements par ce mode de paiement et que son acceptation par les commerçants détermine fortement son utilisation. Par conséquent, bien que les cartes de crédit entraînent des coûts élevés pour les commerçants, certains d'entre eux, notamment les grands établissements commerciaux, sont prêts à assumer des coûts accrus pour éviter de perdre des ventes. Cela dit, pour certains commerçants de petite et moyenne taille, les coûts d'une transaction peuvent en surpasser les avantages, surtout en cas de faible montant. C'est pourquoi ils préfèrent ne pas accepter les cartes de crédit – même au risque de perdre des ventes – ou les accepter seulement pour les grosses transactions.

Nous pouvons entrevoir deux évolutions notables pour l'avenir. Premièrement, vu leur utilisation accrue, certaines innovations comme les cartes sans contact, particulièrement pour les petites transactions aux points de vente, continueront de se substituer à l'argent comptant (Fung, Huynh et Sabetti, 2014; Chen, Felt et Huynh, 2017). À mesure de l'acceptation grandissante des paiements sans contact par les commerçants, les consommateurs utiliseront peut-être plus fréquemment leurs cartes de débit et de crédit. L'utilisation de l'argent comptant déclinera de plus belle en raison des externalités de réseau résultant des innovations de paiement. Deuxièmement, la popularité croissante des virements Interac réduira la nécessité pour les particuliers d'effectuer des paiements entre eux en argent comptant²¹. Là encore, si plus de consommateurs ont recours aux virements en ligne, l'effet des externalités de réseau pourrait se traduire par une accélération rapide de l'utilisation de ce mode de paiement entre particuliers.

◀ À mesure de l'acceptation grandissante des paiements sans contact par les commerçants, les consommateurs utiliseront peut-être plus fréquemment leurs cartes de débit et de crédit. L'utilisation de l'argent comptant déclinera alors de plus belle.

Conclusion

D'après les recherches effectuées récemment par la Banque du Canada à partir d'enquêtes réalisées auprès de consommateurs et de commerçants, l'utilisation de l'argent comptant demeure répandue, surtout pour le règlement de petites transactions. Dans l'avenir, des innovations dans le secteur des paiements de détail pourraient rivaliser avec l'argent comptant, voire le remplacer. Comme le marché des paiements est un marché biface, le choix du mode de paiement au point de vente résulte d'une interaction entre consommateurs et commerçants. D'où l'importance d'étudier à la fois l'utilisation des modes de paiement par les consommateurs et leur acceptation par les commerçants. Le présent article ouvre la voie à ces pistes de recherche. Il s'agirait de modéliser l'environnement des paiements afin d'approfondir l'étude des marchés bifaces et le rôle des externalités de

²¹ Fung, Huynh et Stuber (2015) signalent que l'argent comptant est encore fréquemment utilisé pour les paiements entre particuliers, soit dans les deux tiers des transactions du genre. Cette situation pourrait toutefois changer, car les virements Interac (sans frais pour la réception de fonds et maintenant aussi pour l'envoi de fonds dans certaines banques) ont nettement gagné en popularité ces dernières années. Par exemple, selon Interac, les Canadiens ont effectué 158 millions de virements électroniques en 2016, pour une valeur de 63 milliards de dollars, ce qui représente une augmentation de plus de 40 % par rapport à l'année précédente.

réseau. On pourrait par ailleurs moduler les modèles afin de comprendre où les consommateurs achètent et pour quel montant, selon les modes de paiement acceptés par les commerçants. Une telle analyse dépasse cependant le cadre de cet article. Les données tirées d'enquêtes auprès des consommateurs et des commerçants nous permettront de mener ces recherches essentielles dans l'avenir²².

²² Ces recherches donneront également des indications sur l'efficacité des paiements, le rôle des sociétés émettrices de cartes de crédit, et les mesures incitatives des commerçants pour favoriser l'utilisation et l'acceptation des cartes de crédit aux points de vente. Rysman et Wright (2014) analysent une évaluation détaillée des résultats théoriques et empiriques ainsi que les options possibles pour l'orientation des politiques.

Ouvrages et articles cités

- Arango, C., B. Fung, K. P. Huynh et G. Stuber (2012). « Le monde changeant du paiement de détail au Canada et ses répercussions sur la demande de numéraire », *Revue de la Banque du Canada*, automne, p. 34-44.
- Arango, C., K. P. Huynh et L. Sabetti (2015). « Consumer Payment Choice: Merchant Card Acceptance Versus Pricing Incentives », *Journal of Banking and Finance*, vol. 55, p. 130-141.
- Arango, C., et V. Taylor (2008-2009). « Coûts des divers modes de paiement : l'argent comptant est-il le moyen le moins onéreux pour les commerçants? », *Revue de la Banque du Canada*, hiver, p. 17-27.
- Arango, C., et A. Welte (2012). *The Bank of Canada's 2009 Methods-of-Payment Survey: Methodology and Key Results*, document d'analyse du personnel n° 2012-6, Banque du Canada.
- Bilyk, O., et B. Peterson (2015). *Credit Cards: Disentangling the Dual Use of Borrowing and Spending*, note analytique du personnel n° 2015-3, Banque du Canada.
- Chen, H., M.-H. Felt et K. P. Huynh (2017). « Retail Payment Innovations and Cash Usage: Accounting for Attrition by Using Refreshment Samples », *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)*, vol. 180, n° 2, p. 503-530.
- Chen, H., et Q. R. Shen (2017). *The Bank of Canada 2015 Retailer Survey on the Cost of Payment Methods: Calibration for Single-Location Retailers*, rapport technique n° 109, Banque du Canada.
- Fung, B., K. P. Huynh et L. Sabetti (2014). « The Impact of Retail Payment Innovations on Cash Usage », *Journal of Financial Market Infrastructures*, vol. 3, n° 1, p. 3-31.
- Fung, B., K. P. Huynh et G. Stuber (2015). « L'usage de l'argent comptant au Canada », *Revue de la Banque du Canada*, printemps, p. 51-63.
- Hatko, S. (2017). *The Bank of Canada 2015 Retailer Survey on the Cost of Payment Methods: Nonresponse*, rapport technique n° 107, Banque du Canada.

- Henry, C. S., K. P. Huynh et Q. R. Shen (2015). *2013 Methods-of-Payment Survey Results*, document d'analyse du personnel n° 2015-4, Banque du Canada.
- Huynh, K. P., P. Schmidt-Dengler et H. Stix (2014). *The Role of Card Acceptance in the Transaction Demand for Money*, document de travail du personnel n° 2014-44, Banque du Canada.
- Jiongo, V. D. (2017). *The Bank of Canada 2015 Retailer Survey on the Cost of Payment Methods: Estimation of the Total Private Cost for Large Businesses*, rapport technique n° 110, Banque du Canada.
- Kosse, A., H. Chen, M.-H. Felt, V. D. Jiongo, K. Nield et A. Welte (2017). *The Costs of Point-of-Sale Payments in Canada*, document d'analyse du personnel n° 2017-4, Banque du Canada.
- Rysman, M. (2009). « *The Economics of Two-Sided Markets* », *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 23, n° 3, p. 125-143.
- Rysman, M., et J. Wright (2014). « *The Economics of Payment Cards* », *Review of Network Economics*, vol. 13, n° 3, p. 303-353.
- Wakamori, N., et A. Welte (2017). « *Why Do Shoppers Use Cash? Evidence from Shopping Diary Data* », *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 49, n° 1, p. 115-169.
- Welte, A. (2016). « *Wait a Minute: The Efficiency of Discounting Versus Non-Pecuniary Payment Steering* », *Journal of Financial Market Infrastructures*, vol. 4, n° 4, p. 17-25.
- (2017). *The Bank of Canada 2015 Retailer Survey on the Cost of Payment Methods: Sampling*, rapport technique n° 108, Banque du Canada.