

Le monde changeant du paiement de détail au Canada et ses répercussions sur la demande de numéraire

Carlos Arango, Kim P. Huynh, Ben Fung et Gerald Stuber, département de la Monnaie

- La part des transactions de détail réglées comptant n'a cessé de diminuer au cours des vingt dernières années.
- Selon des travaux effectués récemment à la Banque du Canada sur les préférences des consommateurs en matière d'instruments de paiement, le numéraire demeure fréquemment utilisé pour les petits achats parce que ce mode de règlement est rapide et commode et qu'il est largement accepté par les commerçants; les cartes de débit et de crédit sont plus souvent choisies pour les transactions de montant plus élevé où les caractéristiques de sécurité et la possibilité de garder un historique des dépenses sont perçues comme des avantages.
- Les innovations en voie d'introduction au Canada dans le domaine du paiement de détail pourraient entraîner un autre recul de l'utilisation des espèces à long terme, mais on mesure mal les effets que pourraient avoir sur celle-ci certains des changements d'ordre structurel et réglementaire en cours.
- La Banque du Canada continuera d'observer l'évolution des paiements de détail et d'étudier ses conséquences sur la demande de numéraire à longue échéance.

Ces vingt dernières années, on a pu constater de profonds changements dans la manière dont les Canadiens règlent leurs achats au point de vente. Les instruments de paiement sur support papier — billets de banque et chèques — cèdent la place aux moyens électroniques, tels que les cartes de débit et de crédit. Les importantes mutations en cours sur les plans technologique, structurel et réglementaire pourraient exercer une influence marquée sur les méthodes de paiement futures, au pays et ailleurs.

Pour mieux comprendre les répercussions éventuelles de ces mutations sur les paiements de détail, la Banque du Canada a commandé en 2009 la réalisation d'une enquête sur les modes de paiement, dans le cadre de laquelle les répondants étaient priés de consigner minutieusement leurs achats personnels de biens et de services sur une période de trois jours. En qualité d'unique émetteur de billets, la Banque se doit d'évaluer soigneusement l'incidence, sur la demande future de numéraire, des changements prévus dans l'utilisation des diverses options de paiement de détail.

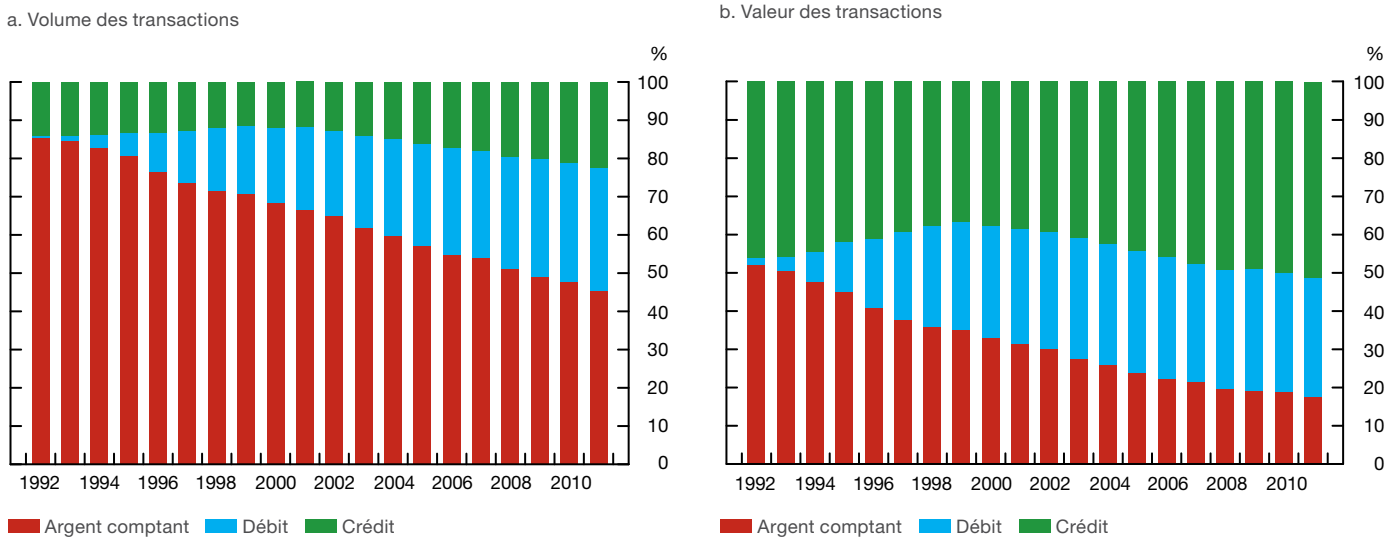
Le présent article commence par passer en revue les tendances du paiement de détail au Canada et donne un aperçu des travaux menés à la Banque à partir des données de l'enquête de 2009 sur les modes de paiement. Il décrit ensuite les principales innovations des dernières années dans le domaine et examine brièvement l'évolution du cadre structurel et réglementaire. L'article se termine par une brève conclusion.

Tendances récentes en matière d'utilisation des instruments de paiement de détail

Au début des années 1990, plus de 80 % du volume des transactions au point de vente, soit environ 50 % de leur valeur, était payé en argent comptant au Canada (Graphique 1)¹. En 2011, ces parts étaient tombées à moins de 50 % et de 20 % respectivement. Durant cette période, en revanche, la part des paiements électroniques (cartes de débit et de crédit) a augmenté. Plus particulièrement, après la création au pays du système de cartes de débit Interac en 1994, la proportion des achats au point de vente (en volume) réglés par carte de débit a vivement progressé jusqu'au début des années 2000. La part des paiements par carte de crédit s'est accrue à son tour depuis, en partie grâce à la multiplication des programmes de récompense liés à l'emploi des cartes de crédit.

◀ En 2011, les parts des transactions réglées en argent liquide étaient tombées à moins de 50 % du volume total des transactions au point de vente et à moins de 20 % de leur valeur.

Graphique 1 : Ventilation des transactions au point de vente selon la méthode de paiement



Nota : Le volume représente le nombre de transactions, alors que la valeur se rapporte à leur montant total en dollars. Les calculs reposent sur les données provenant des réseaux de paiement.

Sources : Livre rouge de la Banque des Règlements Internationaux et Banque du Canada

Dernière observation : 2011

Malgré la diminution de la place qui lui revient au point de vente, l'argent comptant demeure le mode de paiement de détail le plus répandu et le plus largement accepté au Canada, surtout dans la catégorie très nombreuse des petits achats. En 2011, la valeur totale des transactions réglées en espèces était estimée à un peu plus de 100 milliards de dollars, leur montant moyen s'élevant à 18 \$. Les cartes de débit et de crédit, quant à elles, servent surtout aux achats de valeur plus élevée, moins fréquents. Toujours en 2011, la valeur

◀ L'argent comptant demeure le mode de paiement de détail le plus répandu et le plus largement accepté au Canada, surtout dans la catégorie très nombreuse des petits achats.

¹ En l'absence de séries temporelles explicites sur le volume et la valeur des transactions de détail réglées comptant, il faut recourir à des méthodes d'estimation indirecte fondées sur les retraits des guichets automatiques. Pour en savoir plus sur ce point, voir Taylor (2006).

totale des paiements par carte de débit au point de vente atteignait 180 milliards de dollars, et leur montant moyen, 44 \$. Enfin, la valeur totale des achats effectués par carte de crédit excédait les 300 milliards de dollars, tandis que leur montant moyen dépassait légèrement les 100 \$.

Un autre facteur a légèrement contribué à réduire l'usage des espèces depuis quelques années : le nombre croissant, chez les ménages canadiens, d'achats de biens et de services par Internet. En 2010, 89 % des Canadiens ont fait des achats en ligne payés par carte de crédit (Statistique Canada, 2011b).

Le numéraire est également détenu à des fins autres que le paiement, notamment à titre de réserve de valeur ou par mesure de précaution. On constate de fait que la valeur des billets de banque en circulation a crû au rythme annuel d'environ 5 % depuis 2000, presque au même rythme que l'ensemble des dépenses personnelles. Le ratio du stock des grosses coupures au total des dépenses de consommation a aussi augmenté depuis la crise financière mondiale de 2007-2009. Il semblerait donc que le recours à l'argent liquide à des fins autres que le paiement ait progressé de façon marquée depuis 2000, en dépit du déclin constant de la part des transactions de détail réglées comptant².

L'enquête de 2009 sur les modes de paiement qu'utilisent les Canadiens

Afin d'anticiper les tendances et l'évolution futures des paiements de détail, il importe de comprendre comment les Canadiens règlent leurs achats au point de vente. En 2009, la Banque du Canada a fait mener une enquête sur les modes de paiement auprès d'un échantillon représentatif de Canadiens âgés de 18 à 75 ans. L'enquête comptait deux volets : un questionnaire et un journal d'achats, dans lequel les répondants consignaient toutes leurs transactions de détail sur une période de trois jours consécutifs. Le questionnaire a permis de recueillir des données détaillées sur les caractéristiques démographiques (revenu, âge et scolarité), sur les cartes de débit et de crédit (frais par transaction, frais mensuels et annuels, programmes de récompense et limites de crédit) et sur les perceptions des consommateurs concernant les attributs des instruments de paiement (facilité d'utilisation, possibilité de garder un historique des dépenses, gestion d'un budget et sécurité). Quant aux journaux, ils décrivent en détail les transactions effectuées : valeur, type de bien, taille du point de vente, méthodes de paiement perçues comme acceptées et les deux principales raisons à l'origine du choix de la méthode de paiement³.

Presque tous les répondants de l'enquête possédaient une carte de débit, et 80 % d'entre eux au moins une carte de crédit. D'après les journaux d'achats, les parts revenant à chaque mode de paiement, tant pour la valeur que le volume, font écho à celles illustrées au **Graphique 1** : l'argent

² L'argent liquide peut aussi servir à régler des transactions souterraines, par exemple la vente interdite d'alcool et de tabac ou des activités clandestines de construction. Statistique Canada estime toutefois que, depuis 1992, l'économie souterraine croît plus lentement que l'ensemble de l'économie. Ce facteur ne semble par conséquent pas expliquer pourquoi la valeur des billets en circulation s'est accrue à peu près au même rythme que la consommation des ménages depuis dix ans (Terefe, Barber-Dueck et Lamontagne, 2011).

³ L'enquête a été effectuée par une société d'études de marché, qui a appliqué une méthode d'échantillonnage aléatoire stratifié à des panels élargis (un panel élargi est un groupe de personnes ayant consenti à participer régulièrement à des enquêtes); 6 868 questionnaires ont été remplis et 3 405 journaux où ont été consignées plus de 16 000 transactions ont été tenus pendant trois jours. L'échantillon a été construit de manière à reproduire le profil démographique retenu par Statistique Canada dans son Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet. On trouvera une description plus fine de l'enquête de 2009 sur les modes de paiement et ses principaux résultats dans Arango et Welte (2012).

comptant demeure le premier moyen de paiement en volume de transaction, alors que les cartes de crédit dominent en termes de montant. Les participants ont aussi utilisé des chèques et des cartes prépayées, mais ces deux méthodes représentaient moins de 4 % des achats quotidiens. Par conséquent, l'analyse qui suit se limite au numéraire et aux cartes de débit et de crédit.

Les travaux antérieurs ont mis en lumière le lien étroit entre le choix du moyen de paiement, la valeur de la transaction et les données démographiques (voir Bounie et François, 2006, pour la France ainsi que Klee, 2008, pour les États-Unis). Cependant, les renseignements détaillés obtenus dans le cadre de l'enquête de 2009 ont permis aux chercheurs de mieux comprendre les choix de modes de paiement, indépendamment des données démographiques et de la valeur des transactions.

Arango, Huynh et Sabetti (2011) de même qu'Arango, Hogg et Lee (2012) se sont servis des données de l'enquête de 2009 pour estimer un modèle prenant en compte les effets de toute une série de facteurs (traits démographiques des consommateurs, caractéristiques des modes de paiement, particularités des transactions et perceptions quant aux modes acceptés par les commerçants) sur la probabilité que l'acheteur paie comptant au point de vente plutôt qu'au moyen d'une carte de débit ou de crédit. Les différences observées révèlent les coûts et les avantages associés à divers instruments de paiement selon le type de consommateur et de transaction.

Ces recherches montrent que les variables démographiques comme le revenu et l'âge sont des facteurs décisifs dans le choix du moyen de paiement. Ces variables sont également corrélées avec les perceptions que les consommateurs ont des différentes méthodes de paiement en ce qui a trait aux coûts, aux risques et au suivi des transactions⁴. Le **Tableau 1** montre que les personnes à faible revenu utilisent plus souvent les espèces : d'après leurs journaux, c'est ainsi qu'elles ont réglé 65 % de leurs achats. Pour elles, ce mode de règlement est commode, il facilite la gestion d'un budget et il est plus économique que les cartes de paiement. En revanche, les personnes à revenu élevé paient moins fréquemment en liquide (seulement 47 % de leurs achats). À leurs yeux, ce mode de paiement ne contribue pas à la maîtrise des dépenses et il n'est pas plus économique. En outre, ces personnes sont plus susceptibles de détenir une carte de crédit, et celle-ci est souvent assortie d'un programme de récompense.

Un autre facteur important influe sur le choix du moyen de paiement : la relation entre la valeur de la transaction et les caractéristiques des diverses cartes de paiement. Les recherches effectuées à la Banque confirment que les espèces sont surtout utilisées pour les petits achats (inférieurs à 25 \$) (Arango, Huynh et Sabetti, 2011; Arango, Hogg et Lee, 2012). Arango, Huynh et Sabetti constatent toutefois que, pour les transactions de montant moyen (de 25 \$ à 50 \$), les consommateurs ont tendance à renoncer à la rapidité et à la facilité d'utilisation de l'argent comptant au profit des caractéristiques des cartes de débit. Ces dernières sont plus susceptibles d'être utilisées que le numéraire et les cartes de crédit quand il s'agit d'éviter le vol et la fraude, car elles nécessitent une vérification au moyen d'un numéro d'identification personnel (NIP)⁵. De plus, l'usage de la carte de débit est plus fréquent pour la moitié environ des répondants titulaires d'un compte bancaire sans frais mensuels ayant droit à un nombre élevé ou illimité de transactions gratuites par carte de débit.

◀ *Les variables démographiques comme le revenu et l'âge sont des facteurs décisifs dans le choix du moyen de paiement.*

◀ *Un autre facteur important influe sur le choix du moyen de paiement : la relation entre la valeur de la transaction et les caractéristiques des diverses cartes de paiement.*

4 Les participants à l'enquête devaient répondre à la question qui suit : « À quel point les modes de paiement suivants sont-ils utiles pour vous aider à garder un historique de vos dépenses? ».

5 Ce résultat se fonde sur les données recueillies en 2009, alors que les cartes de crédit munies d'une bande magnétique et exigeant une signature constituaient la norme. Il ne tient peut-être plus maintenant que les cartes de crédit comportant une micropuce et nécessitant un NIP sont très répandues au Canada.

Tableau 1 : Perceptions de l'argent comptant relativement aux cartes de débit et de crédit

	Proportion des transactions réglées comptant*	Caractéristiques des modes de paiement**					
		Facilité d'utilisation	Suivi des transactions	Coût	Risque de vol ou de fraude	Réduction des pertes financières	Acceptation
Âge							
18-34 ans	48,9	1,18	1,00	1,00	0,86	1,05	1,12
35-54 ans	53,9	0,97	0,99	1,06	0,97	0,99	0,99
55-75 ans	59,0	0,84	1,02	0,92	1,21	0,96	0,87
Revenu							
Moins de 30 000 \$	65,2	1,33	1,16	1,11	0,88	0,87	0,95
30 000 \$ – 60 000 \$	56,5	0,76	1,04	1,09	1,13	0,98	0,90
60 000 \$ – 100 000 \$	52,8	0,95	0,98	1,02	0,96	1,01	1,00
Plus de 100 000 \$	47,4	1,11	0,89	0,84	0,98	1,08	1,13
Sexe							
Féminin	54,1	0,84	1,00	1,07	0,94	0,95	0,99
Masculin	54,3	1,18	1,00	0,93	1,07	1,05	1,01
Lieu de résidence							
Milieu urbain	53,9	0,96	0,99	1,00	1,01	1,00	1,03
Milieu rural	55,2	1,13	1,04	1,00	0,98	0,99	0,91
Responsable du budget du ménage							
Non	53,6	1,11	1,03	0,96	1,07	1,02	1,05
Oui	54,6	0,93	0,98	1,02	0,95	0,99	0,97

Nota : Ce tableau présente la proportion des achats qui sont réglés en argent liquide et la perception de ce mode de règlement par rapport aux cartes de paiement (cartes de débit et de crédit) pour divers profils démographiques. Une note de 1,00 signifie que le consommateur moyen met le liquide et les cartes de paiement sur un pied d'égalité au regard d'une caractéristique donnée. Une note supérieure à 1,00 indique une perception plutôt positive de l'argent comptant; une note inférieure à 1,00, une perception plutôt négative. Ces calculs reposent sur deux sources : les journaux d'achats tenus pendant trois jours en 2009 (*) et le questionnaire de l'enquête (**).

Source : enquête de 2009 sur les modes de paiement commandée par la Banque du Canada

Les cartes de crédit l'emportent sur les autres modes de paiement quand le montant de la transaction excède 50 \$, mais cette domination s'exerce plutôt au détriment des cartes de débit que de l'argent comptant. Arango, Huynh et Sabetti (2011) établissent une corrélation positive entre l'utilisation des cartes de crédit et les récompenses. Comme celles-ci sont généralement proportionnelles à la valeur du paiement, les consommateurs sont incités à recourir aux cartes de crédit lorsque l'achat est important. Les cartes de crédit permettent en outre de différer le paiement, caractéristique d'autant plus appréciée, au dire des consommateurs, que le montant de la transaction augmente.

Afin de mieux comprendre pourquoi le numéraire demeure le moyen de paiement de prédilection pour les transactions de faible montant, il convient d'examiner les perceptions quant à l'acceptation des cartes de paiement. Arango, Huynh et Sabetti (2011) de même qu'Arango, Hogg et Lee (2012) cherchent à savoir à quel point l'impression que les cartes de débit et de crédit ne sont pas acceptées peut expliquer la préférence des consommateurs pour l'argent comptant lorsqu'ils règlent de menus achats. Dans les journaux d'achats, les participants étaient priés d'indiquer quels modes de paiement ne seraient pas acceptés à leur avis, suivant la valeur de la transaction. Certains consommateurs estiment que les cartes sont plus volontiers acceptées lorsque cette valeur est élevée et que l'achat se

déroule chez un grand détaillant⁶. Néanmoins, même dans les commerces où les cartes de débit et de crédit sont perçues comme étant acceptées, la moitié des transactions inférieures à 25 \$ sont encore réglées en espèces. Ce résultat est confirmé par Wakamori et Welte (2012), qui simulent un scénario dans lequel tous les modes de paiement sont acceptés partout. Ces auteurs observent que l'utilisation du numéraire diminue relativement peu en pareil cas.

Les principales innovations touchant le paiement de détail

Les innovations récentes et futures touchant le paiement de détail au point de vente et en ligne pourraient bien remodeler l'univers des paiements⁷. Bon nombre des grandes innovations introduites au Canada visent les transactions de faible valeur. Elles mettent donc l'accent sur la rapidité et la commodité. Ces instruments de paiement présentent un avantage sur l'argent comptant : ils permettent de conserver la trace des transactions.

L'une des principales nouveautés au Canada tient à l'apparition de cartes de débit et de crédit munies de micropuces, et non plus seulement de bandes magnétiques. Leur déploiement se fait graduellement depuis 2008 et devrait être terminé d'ici la fin de 2015⁸. Grâce à la micropuce, la carte peut stocker et traiter des données. Puisque cette technologie a d'abord pour but d'accroître la sécurité de la carte et des transactions qu'elle rend possible, il se peut que l'utilisation de ces cartes s'intensifie.

Les cartes de paiement dotées de la technologie de communication en champ proche (NFC), sans contact, peuvent être simplement passées devant un terminal de paiement sécurisé; il n'est pas nécessaire de les insérer ou de les glisser dans un lecteur. Elles sont conçues de manière à reproduire certaines caractéristiques du paiement comptant, comme la rapidité et la commodité. Les cartes de crédit sans contact existent au Canada depuis plusieurs années, mais leur acceptation par les détaillants progresse plutôt lentement. En 2011, les paiements par carte de crédit sans contact ont représenté seulement 2,4 % du volume total des achats et 2,7 % de leur valeur globale⁹. Ainsi, le réseau Interac offre depuis l'automne 2011 des cartes de débit sans contact (« Flash »). Le lancement de cet instrument étant trop récent, on ne dispose pas encore de données sur son utilisation¹⁰.

Une série de facteurs pourrait favoriser l'adoption des modes de paiement sans contact. Premièrement, le remplacement des cartes de débit et de crédit classiques par des équivalents sans contact est déjà bien entamé. Deuxièmement, les détaillants sont de plus en plus nombreux à accepter ce mode de paiement, les sociétés de traitement des paiements par carte ayant commencé à proposer des terminaux dotés de la technologie NFC¹¹. Enfin, les émetteurs de cartes pourraient se livrer concurrence dans ce marché en offrant des incitations destinées à promouvoir le paiement sans

◀ *Bon nombre des grandes innovations touchant le paiement de détail visent les transactions de faible valeur et mettent donc l'accent sur la rapidité et la commodité.*

⁶ Cette conclusion concorde avec celle d'Arango et Taylor (2008), selon lesquels le numéraire est le mode de paiement le plus économique pour les commerçants, surtout ceux qui enregistrent un fort volume de transactions de faible montant.

⁷ Le Comité sur les systèmes de paiement et de règlement (CSPR, 2012) donne un aperçu des activités de paiement de détail novatrices dans bon nombre de pays.

⁸ L'utilisation de cartes de paiement dotées d'une micropuce est courante dans bien des pays.

⁹ Ces parts sont calculées à partir de données provenant de l'enquête omnibus Canadian Financial Monitor, réalisée par Ipsos Reid chaque année et qui permet de recueillir des renseignements détaillés sur les finances d'environ 12 000 ménages et les modes de paiement qu'ils utilisent.

¹⁰ L'élaboration par l'Association canadienne des paiements en 2009 d'un cadre de compensation et d'une nouvelle règle pour les paiements par débit qui ne nécessitent pas de NIP a facilité la mise sur le marché des cartes de débit sans contact.

¹¹ D'après MasterCard, les transactions PayPass (sans contact) constituent maintenant près de 10 % des transactions par carte de crédit MasterCard au Canada (Sevilla, 2012).

contact. À partir des données tirées de l'enquête de 2009, Fung, Huynh et Sabetti (2012) montrent que l'adoption et l'emploi de cartes sans contact pourraient faire chuter de 10 % à 14 % environ le recours au numéraire (selon le volume ou la valeur des transactions).

Des cartes prépayées à usage multiple, rechargeables, sont offertes par Visa et MasterCard depuis quelques années au Canada. Elles peuvent généralement être utilisées là où les cartes de crédit de ces sociétés sont acceptées. Nul besoin de détenir un compte bancaire pour avoir accès à ce mode de paiement, qui peut servir non seulement à l'étranger et en ligne mais aussi aux retraits d'espèces dans les guichets automatiques et les points de vente. Cependant, les frais très élevés facturés aux détenteurs de ces cartes expliquent la rareté de celles-ci, qui représentaient quelque 1 % de la valeur globale des achats des consommateurs en 2011, d'après l'enquête Canadian Financial Monitor¹².

Le système Interac a apporté deux innovations : Interac en ligne, qui permet les paiements par débit en ligne, et Virement Interac, qui permet le virement électronique de fonds d'un compte bancaire à un autre.

Par ailleurs, de nouveaux modèles commerciaux pour le paiement par Internet ont fait leur entrée au Canada. Pensons à PayPal et à Zoompass, deux systèmes non bancaires grâce auxquels il est possible d'établir un compte prépayé et de procéder à des virements entre particuliers avec un téléphone cellulaire ou tout autre dispositif donnant accès à Internet¹³. Certains systèmes permettent également au consommateur de payer un détaillant ou un autre particulier par appareil mobile, à l'aide de la messagerie texte (SMS), du service téléphonique ou d'Internet.

Les téléphones cellulaires peuvent aussi servir à effectuer des achats au point de vente grâce à la technologie NFC : une puce intégrée ou collée au téléphone communique avec le terminal de paiement. L'offre de tels produits demeure assez limitée, bien que la Banque de Montréal ait lancé en septembre 2011 un dispositif qui peut être fixé à un téléphone cellulaire. En mai 2012, la Banque Canadienne Impériale de Commerce et Rogers Communications ont annoncé un partenariat qui devrait proposer, avant 2013, une solution de paiement mobile par téléphonie cellulaire. Ailleurs dans le monde, divers projets de portefeuille électronique sont à l'étude. Ces applications mobiles permettraient de régler des achats et comporteraient d'autres fonctions (relatives, par exemple, aux programmes de récompense offerts par les détaillants) accessibles à partir d'un téléphone cellulaire.

Le potentiel de croissance des paiements par Internet et téléphonie cellulaire est énorme. Comme le nombre de Canadiens internautes qui font des achats en ligne va croissant, le besoin d'une multiplication des options de paiement se fera sentir et devrait stimuler la progression du commerce

¹² En octobre 2012, le gouvernement fédéral a annoncé l'assujettissement des produits de paiement prépayés, en particulier ceux émis par les institutions financières fédérales, au cadre actuel de protection des consommateurs (Canada, ministère des Finances, 2012b).

¹³ Exploité par EnStream LP, coentreprise réunissant trois grands fournisseurs de téléphonie cellulaire au Canada (Bell, Rogers et TELUS), le service de paiement Zoompass vient d'être acquis par Paymobile, un fournisseur de services de gestion dans le créneau des programmes de cartes prépayées et virtuelles. L'utilisateur peut envoyer gratuitement des fonds de son compte Zoompass à un autre compte Zoompass; des frais sont exigés quand l'envoi fait intervenir une carte de crédit liée au compte.

électronique¹⁴. En outre, la popularité grandissante des téléphones cellulaires, surtout les téléphones intelligents¹⁵, porte à croire que le Canada est prêt à adopter le paiement mobile¹⁶.

Il est vrai que l'argent comptant demeure l'instrument de paiement le plus fréquent au point de vente et entre particuliers dans les pays développés, y compris le Canada, mais l'essor des paiements mobiles et par Internet pourrait avoir des répercussions non négligeables sur l'utilisation des espèces si les consommateurs se détournent des points de vente au profit des achats en ligne et virent des fonds à l'aide de leur téléphone cellulaire ou d'Internet. Pour mieux suivre cette évolution et en comprendre les incidences, il faudra poursuivre les travaux.

L'évolution des structures et de la réglementation

Ces dernières années, de nombreux groupes de commerçants au Canada ont fait part de leur vive inquiétude devant la forte hausse des frais exigés d'eux pour l'utilisation de cartes de crédit, mais aussi devant l'absence de transparence au sujet de ces mêmes frais (Conseil canadien du commerce de détail, 2009 et 2012). Certains estiment que les détaillants ne disposent pas d'un pouvoir de négociation suffisant auprès des sociétés de traitement des paiements par carte de crédit (Comité sénatorial permanent des banques et du commerce, 2009).

Ces inquiétudes ont été abordées lorsque le Bureau de la concurrence, en février 2010, s'est penché sur la demande d'Interac en vue de se transformer en organisme à but lucratif pour affronter plus efficacement la concurrence de Visa et de MasterCard après leur entrée sur le marché canadien du paiement par carte de débit (Bureau de la concurrence, 2010a). La demande d'Interac a été refusée.

En réponse aux appréhensions à propos du degré de concurrence dans le secteur des cartes de débit et de crédit et aux inquiétudes exprimées par les commerçants, le gouvernement fédéral a mis en place le Code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit, entré en vigueur le 16 août 2010 (Canada, ministère des Finances, 2010). Le Code de conduite autorise notamment les détaillants à accorder des rabais selon la méthode ou le produit de paiement utilisé parmi ceux offerts par les divers réseaux de cartes.

Le Code de conduite prévoit par ailleurs : 1) que les fonctions de débit et de crédit ne peuvent coexister sur une même carte; 2) qu'une même carte de débit ne peut comporter des applications de paiement concurrentes; et 3) que les commerçants ne sont pas tenus d'accepter à la fois la carte de débit et la carte de crédit d'un même émetteur de cartes de paiement. Ces dispositions ont permis à Interac de conserver sa position dominante dans le marché national des cartes de débit au point de vente, sans faire obstacle à l'émission, par d'autres sociétés, de cartes de débit pour les achats par Internet, par courrier, par téléphone ou à l'étranger.

¹⁴ L'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet réalisée en 2010 révèle que 80 % des Canadiens de 16 ans et plus utilisaient Internet à des fins personnelles et que 51 % d'entre eux effectuaient des achats en ligne. Depuis 2005, ces pourcentages ont connu une hausse marquée.

¹⁵ D'après Statistique Canada, 78 % des ménages canadiens ont dit posséder un téléphone cellulaire en 2010 (Statistique Canada, 2011a). Une récente étude de marché nous apprend qu'en décembre 2011, 45 % des utilisateurs de téléphone cellulaire au Canada se servaient d'un téléphone intelligent (eMarketer, 2012).

¹⁶ L'indice de préparation aux paiements mobiles établi par MasterCard permet de comparer le taux d'adoption du paiement mobile dans 34 pays : il place le Canada au second rang mondial, lui accordant la note de 42, juste derrière Singapour à 45,6. La note moyenne est de 33,2 sur un maximum de 100. Voir <http://mobilereadiness.mastercard.com/the-index/noflash.php>.

En décembre 2010, le Bureau de la concurrence a porté plainte contre Visa Canada et MasterCard International au sujet des règles contraignantes que ces sociétés imposent aux commerçants qui acceptent leurs cartes de crédit (Bureau de la concurrence, 2010b). Ces règles interdisent à ces derniers d'exercer une discrimination contre l'utilisation de cartes de crédit comportant des frais élevés au profit de méthodes de paiement plus économiques, de percevoir des frais supplémentaires sur les achats réglés avec un type particulier de carte de crédit ou de refuser certaines cartes parmi la gamme des cartes d'une marque donnée. Le Bureau a prié le Tribunal de la concurrence d'interdire à ces deux sociétés l'imposition de telles contraintes ou d'autres mesures comparables. S'il a gain de cause, les consommateurs pourraient trouver sensiblement moins d'avantages à utiliser ces cartes. Les audiences concernant cette demande au Tribunal de la concurrence se sont déroulées au milieu de 2012.

En juin 2010, le gouvernement confiait au Groupe de travail sur l'examen du système de paiement le mandat de préparer à l'intention du ministre fédéral des Finances des recommandations quant à la manière d'orienter l'évolution du système de paiement au pays. Dans la version définitive de son rapport, publiée le 23 mars 2012 par le ministère des Finances, le Groupe de travail écrit que, à son avis, le Canada prend du retard dans la modernisation de son système de paiement. L'une de ses recommandations les plus importantes consiste à suggérer au gouvernement fédéral de conclure un partenariat avec le secteur privé afin de créer pour les consommateurs un environnement de commerce électronique mobile (Groupe de travail sur l'examen du système de paiement, 2012). Réagissant au rapport, le gouvernement a proposé, en septembre 2012, que soit modifié le Code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit afin que les principes qu'il défend visent également les paiements mobiles au point de vente (Canada, ministère des Finances, 2012a). De plus, en mai 2012, le secteur bancaire et les réseaux des coopératives de crédit au Canada ont annoncé un ensemble de lignes directrices d'application volontaire à l'intention des acteurs du marché des paiements mobiles afin de garantir la sécurité, la fiabilité et la facilité d'utilisation au point de vente, tant pour les commerçants que pour les consommateurs. Ces lignes directrices tiennent compte de la technologie de paiement sans contact déjà en place et pourraient faciliter les innovations en matière de paiement mobile.

Certaines de ces modifications réglementaires, par exemple l'autorisation accordée aux commerçants de percevoir des frais supplémentaires sur l'utilisation de certaines cartes de crédit coûteuses ou même de refuser celles-ci, pourraient gruger la part des cartes de crédit. Parallèlement, il se peut que la collaboration entre les principaux intervenants et la révision de la réglementation destinée à faciliter les innovations en matière de paiement mobile incitent les consommateurs à régler leurs achats chez les détaillants au moyen de leur téléphone cellulaire, de sorte que le besoin de numéraire diminuerait. Il reste donc à savoir quelles répercussions l'évolution des structures et de la réglementation aura à long terme sur les proportions respectives des transactions de détail réglées à l'aide d'instruments électroniques et d'instruments sur support papier.

◀ *Il reste à savoir quelles répercussions l'évolution des structures et de la réglementation aura à long terme sur les proportions respectives des transactions de détail réglées à l'aide d'instruments électroniques et d'instruments sur support papier.*

Conclusion

Le présent article a montré, données à l'appui, que les consommateurs utilisent toujours largement le numéraire pour régler leurs achats, surtout de faible valeur. Toutefois, l'évolution récente et future des technologies de paiement pourrait avoir diverses incidences sur l'usage de l'argent comptant

et des autres instruments de paiement de détail. La Banque du Canada aura tout intérêt, en sa qualité de seule émettrice des billets de banque, à suivre cette évolution et à étudier ses effets éventuels sur les décisions des consommateurs et des commerçants en matière de paiement.

Les travaux à venir pourraient aussi porter sur la diffusion des innovations en matière de paiement, problème déjà complexe en soi. Les détaillants accepteront un nouveau mode de paiement seulement s'ils voient que les clients le demandent; à leur tour, les consommateurs demanderont ce nouveau mode de paiement seulement si ce dernier est accepté par les détaillants. Cette boucle de rétroaction nécessitera une analyse plus poussée des décisions prises par les consommateurs et les commerçants (Rysman, 2009; Crowe, Rysman et Stavins, 2010).

Ouvrages et articles cités

- Arango, C., D. Hogg et A. Lee (2012). *Why Is Cash (Still) So Entrenched? Insights from the Bank of Canada's 2009 Methods-of-Payment Survey*, document d'analyse n° 2012-2, Banque du Canada.
- Arango, C., K. P. Huynh et L. Sabeti (2011). *How Do You Pay? The Role of Incentives at the Point-of-Sale*, document de travail n° 2011-23, Banque du Canada.
- Arango, C., et V. Taylor (2008). *Merchant Acceptance, Costs, and Perceptions of Retail Payments: A Canadian Survey*, document d'analyse n° 2008-12, Banque du Canada.
- Arango, C., et A. Welte (2012). *The Bank of Canada's 2009 Methods-of-Payment Survey: Methodology and Key Results*, document d'analyse n° 2012-6, Banque du Canada.
- Bounie, D., et A. François (2006). *Cash, Check or Bank Card? The Effects of Transaction Characteristics on the Use of Payment Instruments*, document de travail n° ESS-06-05, Département Sciences Économiques et Sociales, Télécom ParisTech.
- Bureau de la concurrence (2010a). *La commissaire de la concurrence annonce sa décision en réponse à la demande d'Interac visant à modifier une ordonnance par consentement*, communiqué, 12 février.
- (2010b). *Le Bureau de la concurrence conteste les règles anticoncurrentielles de Visa et MasterCard*, communiqué, 15 décembre.
- Canada. Ministère des Finances (2010). *Code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit*.
- (2012a). *Le gouvernement Harper annonce que la portée du Code de conduite sera élargie afin que le Code englobe les paiements mobiles*, communiqué, 18 septembre.

- Canada. Ministère des Finances (2012b). *Le gouvernement Harper prend des mesures pour protéger les consommateurs de cartes de crédit prépayées*, communiqué, 24 octobre.
- Comité sénatorial permanent des banques et du commerce (2009). *Les systèmes de cartes de crédit et de cartes de débit au Canada : transparence, pondération et choix*, juin.
- Comité sur les systèmes de paiement et de règlement (CSPR) (2012). *Innovations in Retail Payments—Report of the Working Group on Innovations in Retail Payments*, Banque des Règlements Internationaux, mai.
- Conseil canadien du commerce de détail (2009). *StopStickingItToUs Coalition Commends Parliamentary Scrutiny of Credit Card Companies*, communiqué, 21 avril.
- (2012). *Retail Council of Canada Commends Investigation of Credit Card Fees & Rules*, communiqué, 9 mai.
- Crowe, M., M. Rysman et J. Stavins (2010). « Mobile Payments at the Retail Point of Sale in the United States: Prospects for Adoption », *Review of Network Economics*, vol. 9, n° 4, p. 2.
- eMarketer (2012). *Canada Hits Smartphone User Milestone*, 26 mars.
- Fung, B. S. C., K. P. Huynh et L. Sabetti (2012). *The Impact of Retail Payment Innovations on Cash Usage*, document de travail n° 2012-14, Banque du Canada.
- Groupe de travail sur l'examen du système de paiement (2012). *Le Canada à l'ère numérique*, décembre 2011.
- Klee, E. (2008). « How People Pay: Evidence from Grocery Store Data », *Journal of Monetary Economics*, vol. 55, n° 3, p. 526-541.
- Rysman, M. (2009). « The Economics of Two-Sided Markets », *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 23, n° 3, p. 125-143.
- Sevilla, G. C. (2012). « Going Mobile—Getting Ready for the Mobile Wallet », *Marketnews*, 2 janvier.
- Statistique Canada (2011a). « Enquête sur le service téléphonique résidentiel, décembre 2010 », *Le Quotidien*, 5 avril.
- (2011b). « Utilisation d'Internet et du commerce électronique par les particuliers, 2010 », *Le Quotidien*, 12 octobre.
- Taylor, V. (2006). « Tendances en matière de paiement de détail et résultats d'un sondage mené auprès du public », *Revue de la Banque du Canada*, printemps, p. 27-40.
- Terefe, B., C. Barber-Dueck et M.-J. Lamontagne (2011). *Estimation de l'économie souterraine au Canada, 1992 à 2008*, Statistique Canada, juin.
- Wakamori, N., et A. Welte (2012). *Why Do Shoppers Use Cash? Evidence from Shopping Diary Data*, document de travail n° 2012-24, Banque du Canada.