Quatre grands facteurs d'adoption du paiement mobile

Les paiements mobiles sont en hausse partout dans le monde. Selon le rapport Global Mobile Payment Market, le marché devrait croître à un taux annuel de 33 pour cent entre 2019 et 2026, et atteindre 457 milliards de dollars en 2026[1].

Une grande partie de cette croissance revient à l'Asie, en particulier la Chine, où l'infrastructure prend en charge les paiements mobiles. Cependant, quatre facteurs principaux ont préparé le terrain pour une croissance importante des paiements mobiles en Amérique du Nord.

Le téléphone intelligent a dépassé le téléphone

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. Selon la Consumer Technology Association (CTA), 87 pour cent des ménages possèdent un téléphone intelligent. La CTA prévoit que, au cours des cinq prochaines années, le nombre de personnes ayant un téléphone intelligent égalera celui des personnes possédant un téléviseur.

L'augmentation du nombre de détenteurs de téléphone intelligent a entraîné un essor du développement et de l'utilisation des applications mobiles. En fait, l'utilisation des applications mobiles représente environ 60 pour cent du temps total passé sur les médias numériques. Et la croissance du marché des applications mobiles a entraîné une augmentation des paiements mobiles.

Les paiements mobiles offrent aux particuliers un moyen facile et transparent d'effectuer des achats en ligne et au point de vente, de payer des factures ou d'envoyer et de recevoir de l'argent. Les particuliers et les commerçants ont adopté le commerce par application et les paiements intégrés à l'application. Les entreprises ont accéléré les investissements dans les applications mobiles avec des cas d'utilisation novateurs offrant une expérience client intégrée.

L'adoption du paiement mobile repose sur les jeunes générations

Alors que le nombre de détenteurs de téléphones intelligents a augmenté dans toutes les générations, c'est la jeune génération qui stimule le rythme croissant de l'adoption des paiements mobiles.

Selon le Pew Research Center, environ 92 pour cent des millénariaux et 85 pour cent de la génération X possèdent des téléphones intelligents[2]. Les individus de ces générations constituent la majeure partie du volume de paiements mobiles. La possibilité de recevoir des récompenses, des rabais, des alertes et des reçus électroniques, en plus du côté pratique qu'offrent les paiements mobiles, incite souvent ces personnes à utiliser ce mode de paiement.

La génération Z, celles des personnes qui sont nées après 1996, pousse également l'environnement des paiements vers plus de paiements entre pairs (peer-to-peer, P2P) et de paiements mobiles. La génération Z, comme les millénariaux, a des attentes élevées en matière d'expériences mobiles et est plus à l'aise que les autres générations avec le transfert numérique d'argent.

usbank®

Alors que la dépendance aux appareils numériques augmente, la façon dont toutes les générations interagissent avec l'argent continuera de changer, puisque de plus en plus de personnes passeront de l'argent comptant et des cartes de débit et de crédit aux paiements mobiles.

Les progrès technologiques augmentent le caractère pratique et sécuritaire des paiements

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, puis l'utilisation généralisée des technologies de NIP et de la puce EMV.

Les paiements mobiles offrent un moyen facile et sécuritaire de payer des biens et des services. Les gens conservent leur carte de crédit dans un portefeuille mobile sur leur téléphone intelligent, pour s'en servir quand cela leur convient. Pour les achats en magasin, les gens peuvent tenir leur téléphone près d'un dispositif de point de vente (PDV). Une fois le paiement authentifié à l'aide d'une empreinte digitale, d'un NIP ou de la reconnaissance faciale, les renseignements de carte de crédit sont communiqués de façon sécurisée au dispositif de PDV au moyen de la technologie NFC (communication en champ proche). Grâce à ces deux mesures de sécurité, les paiements mobiles pour les achats en magasin sont plus sécuritaires et plus rapides que les paiements par carte de crédit.

Les paiements mobiles utilisent également la jetonisation pour sécuriser les données de paiement. Largement utilisée lors des achats en ligne et intégrés à l'application, en plus des achats en magasin, la jetonisation remplace les données sensibles de la carte par un jeton d'identification – un ID alphanumérique unique généré aléatoirement. Le jeton d'identification n'a pas de lien avec le client ou les renseignements de son compte et n'a aucune valeur.

Les particuliers continueront d'adopter les paiements mobiles tant que ceux-ci seront pratiques et sécurisés.

Le changement repose sur les commerçants

Les paiements mobiles sont également favorables aux commerçants. Comme c'est le cas pour les particuliers, les paiements mobiles offrent une sécurité de paiement accrue, accélèrent le passage à la caisse et produisent des données plus précises permettant d'observer les habitudes des clients et de connaître les stocks disponibles.

Ces avantages incitent plus de commerçants à accepter les paiements mobiles. Afin d'encourager leurs clients à utiliser les paiements mobiles, de nombreux commerçants utilisent des rabais et d'autres avantages pour faire connaître l'intérêt au consommateur. Certains commerçants ont réussi à combiner les paiements mobiles et leurs programmes de fidélité dans leurs applications de paiement mobile. Dans de tels cas, les clients peuvent recevoir des points de fidélité, des bons rabais et des avantages comme des commandes mobiles.

Visa et Mastercard ont imposé le paiement sans contact dans tous les nouveaux terminaux de PDV d'ici 2020. Ce changement contribuera également à accroître l'adoption des paiements mobiles à mesure que plus de terminaux sans contact sont connectés en ligne.

L'avenir des paiements mobiles

L'état d'esprit du consommateur par rapport à l'utilisation des paiements mobiles évolue. Alors que l'innovation en matière de paiement continue de rendre les paiements mobiles plus sécuritaires et que les entreprises continuent de faciliter l'utilisation et l'intégration des paiements mobiles, on s'attend à ce que l'adoption continue d'augmenter. Selon Forrester, il y a une « relation positive entre les options de paiement qu'un commerçant offre à sa clientèle et la volonté des consommateurs de traiter avec ce commerçant ».[3]

Il est clair que les paiements mobiles sont voués à la croissance. L'infrastructure de paiement mobile continuera de se développer et les commerçants continueront d'intégrer les paiements mobiles à leur stratégie d'affaires. Mais c'est l'expérience utilisateur qui, ultimement, constituera le principal facteur d'adoption.
Les non-utilisateurs commencent à percevoir les avantages dont bénéficient ceux qui utilisent déjà le paiement mobile et ne tarderont pas à l'adopter eux aussi.

[1] Tapping into the Future of Mobile Payments, GlobalWebIndex, 2019.
[2] Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life, Pew Research Center, 2010.
[3] The Intersection of Payments And Commerce In A Digital World, Forrester Consulting, 2017.

© 2019 U.S. Bank. .
Toutes les marques de commerce appartiennent à leurs propriétaires respectifs.
02-0056-01 (1/21) CAT-19365966