

Les paiements alternatifs en France et dans le monde

AXERVE LIVRE BLANC



Contents

Introduction	3
Les paiements alternatifs: ce qu'ils sont, comment ils sont nés et pourquoi	4
La naissance des paiements alternatifs	4
Des cartes aux portefeuilles numériques pour relever les défis des paiements en ligne	5
De nouvelles solutions pour de nouveaux besoins	5
Quels sont et comment fonctionnent les principales alternatives de paiement	7
Digital wallet	7
Paiements A2A	10
Buy Now Pay Later	14
Cryptomonnaie	16
Les paiements numériques et alternatifs au niveau mondial	18
Les volumes de portefeuilles numériques: +100% en cinq ans	19
Pénétration des paiements alternatifs par zone géographique	20
Amérique du Nord	20
Amérique Latine	21
Asie-Pacifique	23
Moyen-Orient et Afrique	25
Europe	26
Tendances de paiement en France	29
Les crypto-monnaies dans le domaine des paiements	30
Analyse d'Axerve sur les paiements alternatifs Ecommerce	31
Méthodologie	31
Paiements alternatifs: pas seulement des portefeuilles numériques	31
Les outils préférés par secteur de produits	32
Conclusions	34

Introduction

Actuellement les **paiements numériques** sont **en hausse**, tant pour l' Ecommerce que pour les achats en magasin, et ils devraient atteindre plus de 15.000 milliards de dollars d'ici 2027, avec un **TCAC de 16,3%** sur la **période 2017-2027**. Ce n'est pas surprenant donc que de **nouvelles solutions de paiement** se développent rapidement aux niveaux international et local.

Si nous regardons l'évolution des paiements, les 30 dernières années ont vu **l'émergence de nouvelles méthodes**, à partir de la fin des années 90 avec des solutions plus traditionnelles telles que les virements bancaires en ligne, les paiements à la livraison et les cartes de crédit, jusqu'aux dernières méthodes telles que les [portefeuilles numériques](#), les plateformes [Buy Now Pay Later \(BNPL\)](#), les nouvelles solutions [Account-to-Account \(A2A\)](#) et les [crypto-monnaies](#). L'évolution des consommateurs et le progrès technologique ont conduit au développement d'instruments de paiement qui ont accompagné les plus traditionnels tels que les cartes de paiement, les espèces et les chèques: sont nés de véritables "paiements alternatifs" capables de **gérer des parcours d'achat numériques**.

Dans ce livre blanc, nous abordons tous les types de paiements alternatifs, en retraçant leur histoire et en approfondissant leur diffusion au niveau mondial et local. En observant la **pénétration du marché de différentes méthodes** dans différentes **zones géographiques et secteurs de produits**, nous avons analysé la tendance à la croissance de nouvelles alternatives au détriment des paiements traditionnels dans différents pays du monde. En effet, **les volumes mondiaux des portefeuilles numériques devraient atteindre 53% du total des transactions pour le commerce électronique en 2025 et 39% des transactions en magasin**.¹ L'adoption croissante de paiements alternatifs est également soutenue par l'analyse d'Axerve dans

tous les secteurs, de la mode au **food&beverage**. Parmi les clients d'Axerve qui ont adopté des paiements alternatifs, **PayPal** est la solution avec les plus grands volumes dans tous les secteurs et régions: **59% du total** des paiements alternatifs. De plus, si l'on tient compte du secteur de la mode, l'un des plus dynamiques en termes de nombre d'intégrations de paiements alternatifs, selon les observations d'Axerve, les entreprises qui ont intégré Klarna, ont également enregistré des **pics de plus de 54% de volumes** gérés avec cette méthode.

Il existe de **nombreux types de méthodes alternatives** sur le marché mondial, avec des différences spécifiques en termes de fonctionnalité, de popularité et d'utilisation selon la région géographique. En effet, de nombreuses alternatives locales sont désormais extrêmement populaires, telles que **iDEAL aux Pays-Bas ou Satispay et BANCOMAT Pay en Italie**. Dans ce scénario, la facilité d'intégration des paiements devient un **élément stratégique pour être compétitif et réduire le délai de mise sur le marché**. Pour cela aussi, s'appuyer sur des infrastructures de paiement qui permettent une flexibilité d'intégration et une orchestration optimisée des paiements peut être un facteur de différenciation.

1 - Fintech Trends 2022 | Statista, 2022

Les paiements alternatifs: ce qu'ils sont, comment ils sont nés et pourquoi

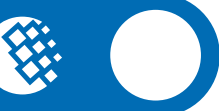
Par l'expression [paiements alternatifs](#), on entend tout ce qui ne relève pas des méthodes de paiement traditionnelles utilisées pour les achats en ligne et en magasin. Il s'agit essentiellement de toutes les **solutions de paiement alternatives aux cartes de paiement, aux espèces et aux chèques**. Ces outils deviennent si courants que, dans certaines zones géographiques, ils sont plus populaires que les outils traditionnels. Les portefeuilles numériques, les solutions **Buy Now Pay Later (BNPL)**, les **paiements innovants Account-To-Account (A2A)** et - bien qu'encore à un stade précoce - les **crypto-monnaies** sont les catégories qui, ensemble, représentent toutes les alternatives de paiement.

La naissance des paiements alternatifs

Tout a commencé **au milieu des années 90** du siècle dernier, quand Internet devient un espace de communication de masse et les entreprises commencent à être attirées par son énorme potentiel de vente: c'est un paiement en ligne sur le site de Pizza Hut, en 1994, à décréter le passage des sites "vitrine" au Ecommerce tel que nous le connaissons aujourd'hui.

À la fin des années 1990, les paiements en ligne étaient encore finalisés par des méthodes conventionnelles: **virement bancaire, contre remboursement (ou paiement à la livraison) ou les premiers systèmes M.O.T.O.** où les transactions par carte étaient gérées manuellement.

Au début des années 2000, **des passerelles en ligne ont vu le jour**, qui, bien qu'initialement instables et avec des expériences utilisateur complexes, se sont rapidement répandues dans le monde entier pour gérer les paiements par carte et les premiers portefeuilles numériques.



Des cartes aux portefeuilles numériques pour relever les défis des paiements en ligne

Les modalités de paiement et les instruments disponibles au cours de ces années n'avaient pas été conçus pour des processus de paiement en ligne: **les méthodes traditionnelles étaient adaptées aux achats en magasin mais seulement "prêtées" au commerce électronique.** Les contraintes pour les entreprises et leurs clients étaient nombreuses, voyons-les ensemble:

- Le commerce électronique se développait rapidement dans le monde entier, mais la plupart des méthodes de paiement ne pouvaient pas couvrir toutes les régions géographiques, **empêchant les entreprises de se développer à l'international.**
- Les paiements traditionnels ne répondaient pas toujours aux besoins de l'acheteur, avec un effet négatif sur l'expérience client, essentielle pour atteindre et fidéliser les clients.
- Le processus de paiement était lent et compliqué, en contraste avec la vitesse et l'expérience d'utilisation offertes par les plateformes numériques qui naissaient.
- Un manque généralisé de confiance à l'égard des achats sur les sites internet, accentué par le fait que les processus de gestion des instruments de paiement ne considéraient pas la fraude en ligne.

La **réponse du marché** à ces difficultés a été possible grâce **aux premières plateformes de paiement alternatives**, nées justement avec l'objectif d'optimiser les processus d'encaissement et de paiement.

En effet, dans différentes régions du monde, des solutions de paiement et d'encaissement ont commencé à être développées pour répondre aux consommateurs numériques et aux entreprises en ligne de plus en plus exigeantes. C'est **PayPal**, développé à la fin des années 90, qui a lancé

l'histoire des portefeuilles numériques auxquels d'autres solutions se sont ajoutées au fil du temps, pour arriver, ces dernières années, à celles pour **les paiements BNPL (Buy Now Pay Later) et aux crypto-monnaies**, pour ne citer que deux exemples.

L'offre dans ce domaine est aujourd'hui très hétérogène et le défi pour les commerçants est de choisir les méthodes à offrir à leurs clients, pour répondre à leurs besoins et être compétitifs dans un contexte toujours plus international.

De nouvelles solutions pour de nouveaux besoins

Comme nous l'avons écrit, les solutions de paiement alternatives répondent à un certain nombre de besoins spécifiques, par zone géographique ou cible, tant en ce qui concerne l'expérience utilisateur que le processus de paiement. Voyons quelques-uns des principaux cas d'utilisation:



TRANSFERT D'ARGENT ENTRE UTILISATEURS

Grâce aux paiements peer-to-peer (P2P), les personnes peuvent transférer des fonds entre elles à partir d'un portefeuille numérique ou d'un compte, instantanément et généralement sans frais. Cette catégorie comprend les portefeuilles électroniques et les nouvelles solutions **A2A (Account-to-Account)**, qui **facilitent l'échange d'argent entre les comptes**, et peuvent être considérées comme une étape supplémentaire vers une société cashless.



TRANSACTIONS BUSINESS-TO-BUSINESS

En ce qui concerne les transactions entre entreprises, la simplicité, l'automatisation et la facilité d'intégration avec d'autres systèmes jouent un rôle important. Pour répondre à ces besoins, les solutions A2A qui ont des caractéristiques idéales pour les paiements entre entreprises viennent aider le B2B. De plus, avec la mise en œuvre de la [législation PSD2](#), et en particulier avec l'introduction de nouvelles entités [PISP \(Payment Initiation Service Providers\)](#), de nouvelles possibilités d'encaissement sont apparues dans le cadre de l'Open Banking, comme la possibilité d'accéder aux données des banques et des institutions financières via des API.

Grâce à cette nouveauté, de nouvelles solutions sont disponibles aujourd'hui qui tirent parti des possibilités offertes par les **méthodes de paiement A2A** plus traditionnelles (par exemple les virements bancaires ou les SDD) et offrent une expérience utilisateur plus avancée. Dans ce cas, les méthodes alternatives aux virements bancaires ou aux chèques permettent aux commerçants de **gagner du temps et de réduire les erreurs manuelles**, avec un processus simplifié pour effectuer des virements "préremplis" qui, parfois, permettent également d'économiser sur les frais appliqués à d'autres instruments.



PAIEMENTS B2C POUR LE COMMERCE DE DÉTAIL EN LIGNE

Rapidité et expérience utilisateur sans friction.

Pour augmenter les ventes, améliorer l'expérience des consommateurs et réduire les paniers abandonnés, les processus de paiement doivent être rapides et simples, tant en magasin qu'en ligne. C'est là que les portefeuilles numériques et, plus généralement, toutes les plateformes alternatives entrent en jeu. **En magasin, grâce à ces outils, les clients peuvent payer en tapant sur le smartphone ou simplement en rapprochant le téléphone du POS.** Aussi pour le commerce électronique l'avantage de ces plateformes est la facilité d'utilisation, grâce au fait que ces solutions ne nécessitent pas de saisir manuellement les données de la carte à chaque achat. Non seulement cela, mais surtout lorsqu'il s'agit de montants élevés, les solutions de paiement différé (Buy Now Pay Later) offrent la possibilité de payer un achat par tranches, augmentant les opportunités de vente du commerçant.

En effet, maintenant que nous avons examiné la signification des paiements alternatifs et les besoins auxquels ils répondent, approfondissons les différents types que nous pouvons trouver et comment ils s'intègrent dans le marché mondial.

Quels sont et comment fonctionnent les principales alternatives de paiement

Il existe différents types de méthodes de paiement alternatives disponibles sur le marché, plus ou moins populaires globalement ou localement. Dans ce chapitre, nous explorons les principales catégories, en fournissant des exemples spécifiques et en soulignant les avantages qui en ont garanti le succès. On commence par la première catégorie.

Les cartes sans contact, acceptées aujourd'hui par la plupart des commerçants du monde entier, à la fin des années 1990 étaient considérées comme de véritables alternatives de paiement. Vers 2010, leur diffusion s'est rapidement accrue et aujourd'hui, elles constituent un mode de paiement à part très courant.

Digital wallet

Ils sont la **méthode de paiement alternative la plus populaire** et peuvent être considérés comme la version virtuelle du portefeuille physique. Grâce aux portefeuilles numériques, dans lesquels sont enregistrées les données des cartes de crédit ou de débit, les utilisateurs peuvent payer en ligne et en magasin sans avoir à présenter physiquement une carte. Il y a différentes catégories de digital wallet:

- **Mobile wallet**
Il s'agit d'applications mobiles pour smartphones, tablettes et wearables (ou dispositifs portables) grâce auxquels, une fois stockées dans les données d'une ou de plusieurs cartes, les utilisateurs peuvent effectuer des paiements en gardant l'appareil à proximité d'un terminal POS, en scannant un [code QR](#) ou directement de votre compte à celui du commerçant. Parmi les plus connus figurent Apple Pay, Google Pay et Samsung Pay, pour n'en nommer que quelques-uns.
- **Wallet online**
Similaires aux portefeuilles mobiles, mais généralement **utilisables uniquement pour les paiements en ligne**. Une fois que vous avez enregistré vos cartes sur le portail Web, vous pouvez payer par le biais d'informations d'identification au moment du paiement ou par reconnaissance biométrique. PayPal et Amazon Pay sont deux des plus utilisés.

Il existe également d'autres types de portefeuilles qui ne sont pas officiellement considérés comme des méthodes de paiement par certains pays et

ne sont pas largement acceptés: nous parlons des **portefeuilles de crypto-monnaies**. Ce sont des portefeuilles, stockés sur des appareils mobiles, des ordinateurs ou dans le cloud, qui vous permettent de payer avec des devises numériques telles que **Bitcoin, Ethereum, Litecoin** et bien d'autres. Les utilisateurs peuvent effectuer des paiements en transférant la monnaie numérique de leur compte au nom du commerçant, grâce à la technologie décentralisée de la blockchain.

En résumé, **les portefeuilles numériques sont des solutions de paiement sécurisées et appréciées car faciles à utiliser pour les consommateurs et à intégrer pour les commerçants**, physiques et en ligne, qui augmentent également les opportunités d'attirer de nouveaux clients grâce aux portefeuilles numériques de portée mondiale. En intégrant des portefeuilles électroniques ou d'autres solutions de paiement alternatives (APM), les entreprises bénéficient de conditions tarifaires transparentes, sans frais cachés et dans **certains cas peuvent bénéficier d'options de rétrofacturation gratuites**. Dans le même temps, leurs clients peuvent choisir le paiement qui leur convient le mieux, en fonction de la langue, de l'origine géographique et des habitudes d'achat, et profiter d'une plus grande vitesse et accessibilité, facilité d'utilisation et aucun coût supplémentaire par rapport à certaines formes de paiement traditionnelles.

Exemples de digital wallet

Il y a des centaines de portefeuilles numériques dans le monde, souvent similaires, mais chacun avec des caractéristiques uniques. Voici quelques exemples de portefeuilles populaires:

- **Alipay**: portefeuille numérique qui domine le marché chinois, a été développé par Ant Group, et est utilisé par **92% des utilisateurs de services de paiement en ligne en Chine**.² Le service est disponible uniquement pour les citoyens et les résidents chinois et des millions de commerçants dans le monde l'ont déjà

intégré. Le paiement est effectué en scannant un code QR dans les magasins, les applications et les sites Web. Le portefeuille fait partie d'un **écosystème de services** qui comprend les investissements, les assurances et les prêts et prend également en charge d'autres options de paiement, notamment les virements bancaires, les cartes de paiement et les monnaies numériques.

- **Amazon Pay**: développé par Amazon, fait partie intégrante de l'expérience d'achat en application et sur le web d'Amazon. Permet aux clients d'effectuer des **paiements en utilisant leur compte Amazon** sur les Ecommerces qui l'ont intégré, sans qu'ils aient à créer une boutique sur la place de marché Amazon. Les clients peuvent associer leurs cartes de crédit ou de débit à leur compte Amazon Pay, via lequel ils effectuent des paiements, y compris par virement bancaire et par carte cadeau.
- **Apple Pay**: est le portefeuille numérique disponible **uniquement sur l'écosystème Apple** (iPhone, Apple Watch et autres appareils), qui permet à ses utilisateurs de lier des cartes à leur compte et d'effectuer des paiements en rapprochant l'appareil à proximité d'un terminal POS activé, grâce à la technologie NFC. [Apple Pay](#) vous permet également d'effectuer des paiements dans l'application et sur des sites Web. L'une de ses caractéristiques est qu'il utilise Touch ID ou Face ID pour l'authentification biométrique.
- **Click-to-Pay**: portefeuille numérique développé conjointement par les sociétés émettrices de cartes de crédit et de débit Visa, Mastercard, Amex & Co. Il est conçu comme une expérience de **paiement express en un seul clic**, au lieu de saisir manuellement les informations de paiement. Le système utilise la reconnaissance automatique de l'appareil et le paiement peut être effectué avec une carte ou par virement bancaire. Pour utiliser le service, l'utilisateur n'a besoin que d'une carte, d'un nom d'utilisateur et d'un mot de passe pour acheter en ligne.
- **Google Pay**: disponible sur les appareils Android et sur le web. Comme Apple Pay,

² - Global Consumer Survey | Statista, novembre 2022

il permet aux utilisateurs d'effectuer des paiements avec des cartes de paiement connectées, en gardant l'appareil à proximité d'un terminal de magasin ou même en **scannant un code QR**. [Google Pay](#) vous permet d'effectuer des paiements dans l'application et sur les sites Web, ainsi qu'avec des cartes de fidélité et des cartes-cadeaux, et comprend la possibilité d'exploiter les données biométriques pour finaliser la transaction.

- **PayPal:** permet aux utilisateurs d'effectuer des paiements en accédant au site Web ou à l'application, en saisissant des informations d'identification ou des données biométriques, en fonction des caractéristiques de l'appareil sur lequel il est installé. PayPal est l'un des **portefeuilles numériques les plus populaires et les plus acceptés au monde**. Lorsque vous payez avec l'une des cartes chargées à l'intérieur, la carte recharge en réalité le compte PayPal à partir duquel part ensuite le flux financier vers le commerçant: pour cela **PayPal** relève à tous égards également de la

catégorie des instruments de **paiement A2A**.

- **Samsung Pay:** un portefeuille numérique qui permet aux clients d'effectuer des paiements à l'aide de leurs appareils Samsung, tels que les smartphones, les montres intelligentes et les navigateurs. Les clients peuvent connecter leurs cartes de crédit ou de débit à leur compte Samsung Pay et effectuer des paiements sans contact en rapprochant leur smartphone du point de vente activé.
- **WeChat Pay:** Grâce à un compte WeChat, Super App chinois offrant une multitude de services tels que la messagerie, les jeux et bien plus encore, ses utilisateurs (principalement chinois et résidents chinois) peuvent lier leurs cartes de crédit ou de débit à leur compte WeChat Pay et **effectuer les paiements en se connectant et en confirmant l'achat**; les paiements peuvent également être effectués **en scannant un code QR**. Wechat Pay est régulièrement utilisé par **84% des utilisateurs qui utilisent régulièrement des services de paiement numérique en Chine**.³



Aux portefeuilles numériques les plus populaires, s'ajoutent les portefeuilles de **crypto-monnaies qui permettent aux utilisateurs d'effectuer des paiements en transférant des devises numériques de leur portefeuille vers celui du commerçant.**

Les portefeuilles de crypto-monnaies peuvent être utilisés sur des appareils mobiles, des ordinateurs ou grâce au cloud. La technologie décentralisée a l'avantage d'offrir plus de confidentialité et de sécurité que les autres solutions, malgré cela, les crypto-monnaies ne sont pas sans risques, comme nous le verrons ci-après.

Voici quelques exemples des centaines de portefeuilles numériques les plus populaires sur le marché. Chaque portefeuille a des caractéristiques, des mesures de sécurité et des taux d'acceptation différents, ce qui rend encore plus important de faire des recherches et de comparer les différentes options avant de décider laquelle intégrer dans votre commerce électronique. Cependant, ils ont de nombreux avantages en commun.

Avantages des portefeuilles numériques

- **Plus de commodité pour les clients:** ils permettent de payer rapidement et en toute sécurité, grâce à des processus sans friction qui peuvent augmenter les conversions lors du paiement. De plus, il n'est pas nécessaire de saisir les informations de paiement et d'expédition pour chaque transaction, car les données ont déjà été enregistrées lors de l'inscription.
- **Sécurité renforcée:** exploitez les services de tokenisation, de cryptage et d'autres mesures de sécurité pour protéger les informations de paiement sensibles, tout en réduisant le risque de fraude et de rétrofacturation pour les commerçants.
- **Accès aux données des utilisateurs:** Ils peuvent stocker des informations client telles que le nom, l'adresse et l'historique des achats que les commerçants peuvent utiliser pour personnaliser l'expérience de paiement, faire des ventes incitatives et des ventes croisées.
- **Checkout simplifié:** vous réduisez les temps

de paiement et les actions nécessaires pour effectuer un achat, rendant les transactions plus faciles et sans friction, grâce aux données fournies par les utilisateurs.

- **Réduction des coûts:** les portefeuilles numériques peuvent réduire les coûts associés au traitement des formes de paiement traditionnelles, telles que les cartes de crédit ou les virements bancaires.
- **Fidélisation de la clientèle:** certains portefeuilles ont des fonctionnalités de fidélisation, souvent en partenariat avec des marques et du commerce électronique, qui peuvent augmenter la fidélisation des clients en améliorant les taux de rétention.
- **Augmentation des ventes:** l'expérience d'utilisation click-to-pay de ces plateformes contribue au degré de satisfaction des utilisateurs qui sont poussés à choisir les Ecommerce et les magasins qui leur offrent les moyens de paiement préférés. Cela crée un cercle vertueux qui contribue à augmenter les ventes et les taux de conversion grâce à la facilité d'utilisation de ces applications.
- **Notoriété et réputation de la marque:** l'intégration de portefeuilles populaires peut aider les entreprises à accroître la notoriété de la marque et sa réputation. L'intégration d'outils d'encaissement innovants, rapides et sûrs améliore le parcours client et contribue au renforcement de la marque.

Il est important de prendre en compte que les avantages de ces outils peuvent varier en fonction du contexte dans lequel ils sont intégrés, des caractéristiques du marché dans lequel vous opérez et du parcours client spécifique à chaque entreprise.

Paievements A2A

Les plateformes de paiement A2A (Account-to-Account) sont des méthodes de paiement où les fonds sont transférés directement d'un compte à un autre. Ces outils répondent à différents besoins, du paiement de services au

transfert d'argent entre personnes physiques, en passant par les achats en ligne. Certains des instruments de paiement traditionnels, tels que les virements bancaires, sont considérés comme A2A, mais des solutions alternatives ont été développées ces dernières années qui présentent des caractéristiques similaires ou qui basent leur fonctionnement sur les virements. Il existe quatre macrocatégories de paiements A2A :

- **Prélèvement SEPA**, par virement bancaire ou SDD (SEPA Direct Debit).
- **App pour les transferts P2P** (peer-to-peer), comme Venmo et Zelle.
- **Certains portefeuilles numériques**, tels que PayPal, Google Pay et Apple Pay.
- **Alternatives payment** comme [MyBank](#), iDEAL ou Sofort by Klarna.

Bien que les crypto-monnaies ne sont pas officiellement considérées comme un mode de paiement mondial, elles peuvent toujours être utilisées pour transférer des fonds. Pour cette raison, les crypto-monnaies telles que Bitcoin, Ether ou Ripple font également partie des plateformes A2A, car elles permettent des transferts directs d'un portefeuille numérique à un autre, grâce à la technologie blockchain, sans la réglementation d'une institution financière traditionnelle.

Exemples de plateformes A2A

- **BANCOMAT Pay**: permet aux clients d'effectuer des paiements aux commerçants et autres utilisateurs en utilisant leur téléphone portable. Ce service est disponible en Italie et permet aux clients d'effectuer des paiements via une **app dédiée ou en scannant un code QR** fourni par le commerçant. Le processus de paiement est basé sur des transactions A2A, où les fonds sont transférés directement du compte bancaire du client vers le compte du commerçant. Il est largement accepté par les commerçants, en ligne et physiques, et est considéré comme un moyen de paiement
- **iDEAL**: est un mode de paiement en ligne populaire aux Pays-Bas et soutenu par de nombreux commerçants e-commerce internationaux et la plupart des banques néerlandaises. iDEAL permet aux clients d'effectuer des paiements directement avec leurs identifiants bancaires en accédant à leur banque en ligne, c'est pourquoi le processus de paiement est simple et facile à utiliser, car le client est redirigé du site Web du commerçant vers le site Web de sa banque pour effectuer le paiement.
- **MyBank**: MyBank est également une solution de paiement paneuropéenne qui permet aux consommateurs et aux entreprises de payer en ligne directement depuis leur compte bancaire en ligne. Une fois que vous avez choisi cette méthode, vous devez sélectionner votre banque parmi celles proposées sur la page de paiement et ensuite il suffira de confirmer le paiement par le masque de récapitulatif qui résume toutes les données du virement pré-rempli. Des solutions comme celle-ci sont avantageuses pour le payeur, car il ne doit pas remplir toutes les données de virement, et pour celui qui encaisse parce qu'il ne risque pas de recevoir des virements mal remplis qui poseraient des difficultés en cas de réconciliation.
- **PayPal**: principalement reconnu comme un portefeuille numérique, **PayPal est également une méthode A2A**, car les flux de trésorerie se produisent directement entre les comptes de l'acheteur et du commerçant. Grâce à PayPal, vous pouvez effectuer des paiements B2B, B2C et des transferts P2P (peer-to-peer). Les clients peuvent connecter leur compte bancaire, leur carte de crédit ou de débit à leur compte PayPal et effectuer des paiements sans avoir à saisir leurs informations financières à chaque fois. PayPal offre également un certain nombre

de services aux utilisateurs et aux entreprises tels que la protection des achats, le règlement des litiges et la prévention de la fraude en ligne pour sécuriser le processus de paiement.

- **Satispay:** est une application mobile italienne, largement utilisée dans notre pays, qui permet aux clients d'effectuer des paiements aux entreprises et aux particuliers directement à partir de leur compte bancaire. Les utilisateurs doivent connecter un compte bancaire à partir duquel recharger le crédit de l'application qui servira à finaliser les paiements. [Satispay](#) peut être utilisé pour les achats Ecommerce ou dans les points de vente physiques, en scannant le code QR du commerçant ou en transférant simplement le montant convenu par application. Le processus de paiement est basé sur des transactions SEPA A2A, où les fonds sont transférés directement du compte bancaire du client vers le compte du bénéficiaire. La

sécurité de cet instrument est garantie par la protection par code PIN ou, alternativement et si votre appareil le permet, par reconnaissance biométrique.

- **SEPA Direct Debit:** plus qu'un système de paiement proprement dit, le prélèvement automatique (SDD) est une forme de paiement A2A reconnue dans l'Espace unique de paiement en euros (SEPA - Zone unique de paiement en euros), typique du monde des services (par ex. pour les paiements d'usage), permettant aux commerçants de percevoir des paiements sur les comptes bancaires des clients de manière récurrente ou ponctuelle. Les encaissements sont effectués avec l'autorisation préalable du débiteur en faveur du créancier par la signature d'un mandat, qui peut se faire sur papier ou par voie électronique. Le service, généralement offert par des banques ou des sociétés spécialisées (ex. Slimpay), est fourni sous deux formes:

SDD Core, disponible pour les consommateurs et les entreprises, et **SDD B2B**, solution réservée aux entreprises; les deux méthodes ont des caractéristiques spécifiques pour répondre à des besoins différents. Le prélèvement SEPA est considéré comme un mode de paiement A2A traditionnel et, bien qu'il soit plus adapté aux entreprises fournissant des services, dans certains cas, il est également utilisé par des entreprises vendant des produits, par exemple pour des paiements liés à des achats périodiques.

- **Sofort by Klarna:** Klarna, surtout connue pour sa plateforme BNPL, a acquis Sofort GmbH en 2014 et a intégré le mode de paiement A2A dans sa suite de solutions de paiement - Sofort Direct Banking. Sofort by Klarna (également Payer Maintenant par virement) est une solution de compte-à-compte qui permet aux clients d'effectuer des paiements par virement bancaire avec notification en temps réel au marchand et à l'acheteur. Le service "Payez Maintenant" de Klarna existe également dans la version "Payez Maintenant par carte de crédit", qui permet justement de payer en une seule solution par carte de crédit.

À la fin de 2021, Klarna a activé aux États-Unis un autre mode de paiement alternatif A2A en collaboration avec GoCardless qui, dans certaines régions, offre la solution de financement en quatre tranches (Payez en 4 Fois). Grâce à Klarna Pay in 4, les clients peuvent payer directement avec leur compte bancaire, sans carte ou autre intermédiaire, réduisant ainsi les coûts pour les acheteurs, tels que les intérêts de la carte de crédit ou les coûts typiques du crédit à la consommation.

Parmi les types de paiement alternatif A2A, il y a aussi **Fabrick Pass**, une solution qui profite des opportunités offertes par la PSD2 et en particulier de l'introduction des PISP (Payment

Initiation Service Provider). Le service permet au commerçant d'initialiser le transfert d'argent du compte bancaire du débiteur par virement SEPA prérempli. À l'instar des solutions décrites ci-dessus, le système sous-jacent est le virement, mais dans ce cas, il n'est pas nécessaire que le prestataire de services ait conclu un accord avec la banque, précisément parce que la plateforme repose sur des processus réglementés par la nouvelle réglementation européenne PSD2.

Avantages des paiements A2A

- **Meilleure sécurité:** les paiements A2A bénéficient des systèmes de sécurité bancaire, tels que le cryptage et l'authentification à deux facteurs, pour protéger les informations sensibles, réduisant ainsi le risque de fraude et de rétrofacturation pour les commerçants.
- **Réduction des coûts:** peuvent réduire les coûts de transaction par rapport à d'autres formes de paiement, comme les cartes de crédit et certaines alternatives de paiement.
- **Limites élevées:** les limites pour les paiements individuels sont souvent plus élevées que pour d'autres instruments, ce qui est idéal pour le domaine B2B.
- **Garantie de transfert de fonds:** plusieurs plateformes A2A prélèvent des fonds au commerçant, même si le compte du payeur ne dispose pas de fonds suffisants au moment du traitement du virement.
- **Meilleure expérience client:** les acheteurs disposent d'une expérience de paiement plus conviviale et simplifiée, soit parce qu'ils n'ont pas à saisir manuellement les informations de paiement, soit parce qu'ils sont déjà habitués à l'interface utilisateur de leur banque en ligne.
- **Meilleure accessibilité:** ces instruments ne nécessitent souvent pas d'enregistrement ou d'instruments de paiement spécifiques, par exemple dans le cas de portefeuilles. Il suffit que le client ait un compte bancaire et l'accès



aux services d'Internet ou de banque mobile.

- **Quantité et qualité des données:** notamment par rapport au virement bancaire classique, les solutions de paiement alternatives A2A garantissent l'exhaustivité des données et leur exactitude, étant donné que la pré-compensation du virement est à la charge du commerçant.
- **Meilleure gestion des liquidités:** les commerçants peuvent mieux gérer leurs flux de trésorerie grâce à l'accès en temps réel aux fonds crédités directement sur leur compte.
- **Conformité aux systèmes d'entreprise:** les paiements A2A peuvent faciliter les exigences de conformité de l'entreprise, notamment en termes de rapprochement et de gestion des flux de trésorerie.

Buy Now Pay Later

Les plateformes BNPL, acronyme de "Buy Now Pay Later", sont des instruments de paiement différé qui permettent aux consommateurs d'acheter des biens ou des services en plusieurs tranches ou en plusieurs versements. Ce type de financement à court terme est disponible à la fois pour le commerce électronique et pour les détaillants physiques, quel que soit le secteur d'activité de l'entreprise. De l'habillement à l'électronique, les plateformes BNPL gagnent en popularité, grâce aux solutions presque toujours à taux zéro qui rendent l'achat plus pratique pour les acheteurs et augmentent les opportunités de vente pour les commerçants, en augmentant le montant potentiel moyen.

Exemples de plateformes BNPL

- **Afterpay:** connu en Europe sous le nom de Clearpay, il permet aux clients d'effectuer des paiements par mensualités, en ligne

et en magasin. Il existe différentes formes de paiement en fonction des besoins du client et du canal d'achat, de la possibilité de payer mensuellement en 6 ou 12 mois au remboursement en **4 tranches** (Pay en 4 in-store). Parmi ses caractéristiques figurent un "soft check" de la solvabilité et l'application de taux d'intérêt sur le prêt pour la solution avec des paiements mensuels. Si les échéances de paiement ne sont pas respectées, des frais supplémentaires seront facturés pour les achats.

- **Klarna:** largement utilisé dans toute l'Europe, Klarna offre de nombreuses solutions de paiement, mais est surtout connu pour les formules de paiement à tempérament (BNPL): **Payez en 30 jours**, avec un débit différé en une seule fois, ou la formule en tranches, qui vous permet de payer en 3 versements (ou 4 versements échelonnés, selon le pays). Les deux versions sont sans frais ni intérêts à la charge de l'acheteur.
- **Laybuy:** est une plateforme née en Nouvelle-Zélande, similaire à Afterpay, qui permet de payer en **6 versements hebdomadaires**, avec le premier paiement au moment de l'achat. Il n'y a pas de frais ou d'intérêts pour les payeurs, mais comme beaucoup d'autres applications, Laybuy facture en cas de retard de paiement. Dans ce cas également, un "soft check" de la solvabilité est effectué pour l'évaluation du risque des transactions et, si le contrôle n'est pas réussi, l'achat est refusé. En outre, la plateforme fixe un montant d'achat maximal en fonction des résultats de la vérification du score de crédit de l'acheteur.
- **Scalapay:** la solution BNPL de Scalapay, très courante en Europe, permet aux consommateurs d'acheter des articles en ligne et en magasin, en payant par tranches sans intérêts. Le paiement échelonné a lieu sur la carte chargée lors de l'inscription et les paiements sont mensuels, après le premier au moment de l'achat. Il est également possible de reprogrammer les versements, mais en cas

de non-paiement, des frais supplémentaires sont facturés. Scalapay utilise un algorithme pour évaluer le risque de chaque transaction avant de l'approuver.

- **Sezzle:** Très connue et utilisée en Amérique du Nord, Sezzle permet d'échelonner les paiements en **4 tranches**, dont la première est un acompte de 25% dû au moment de l'achat, tandis que le reste est payé en **3 autres versements bi hebdomadaires**. Cette solution ne nécessite pas non plus d'intérêts pour l'acheteur, prévoit une évaluation du risque de crédit et applique des frais en cas de non-paiement.

Avantages des plateformes BNPL

Comme presque tous les systèmes de paiement alternatifs décrits dans ce livre blanc, les instruments de paiement Buy Now Pay Later facturent également des frais aux commerçants (frais de transaction, intérêts, etc.). En outre, il est important de garder à l'esprit que les paiements par tranches sont soumis à des réglementations strictes afin de protéger le consommateur. Cela dit, les avantages pour les commerçants et leurs clients sont nombreux car ils peuvent:

- **Augmenter le nombre de ventes** et la fidélité des clients, en partie grâce au fait que les acheteurs peuvent faire des achats plus importants et en partie grâce aux programmes de fidélité dans lesquels ils investissent les fournisseurs de BNPL.
- **Augmenter le ticket moyen**, car la valeur potentielle du panier augmente, et élargir son public cible, atteignant même des clients qui ne pourraient pas ou ne voudraient pas supporter des dépenses importantes une seule solution. Tout cela se traduit par plus de commodité et de flexibilité pour les consommateurs, par rapport à des solutions plus traditionnelles de crédit à la consommation.

- **Améliorer l'avantage concurrentiel** par rapport à la concurrence. Ces solutions, en plus des autres services d'encaissement, peuvent enrichir le processus de paiement et réduire l'abandon des paniers, augmentant ainsi les opportunités offertes aux clients.

Un autre élément essentiel dans le choix de ces instruments est que, en pratique, ils anticipent l'exploitant sur le montant total, en assumant le risque d'insolvabilité. Cela simplifie les flux de trésorerie et réduit les coûts d'exploitation, par exemple pour le recouvrement des créances.

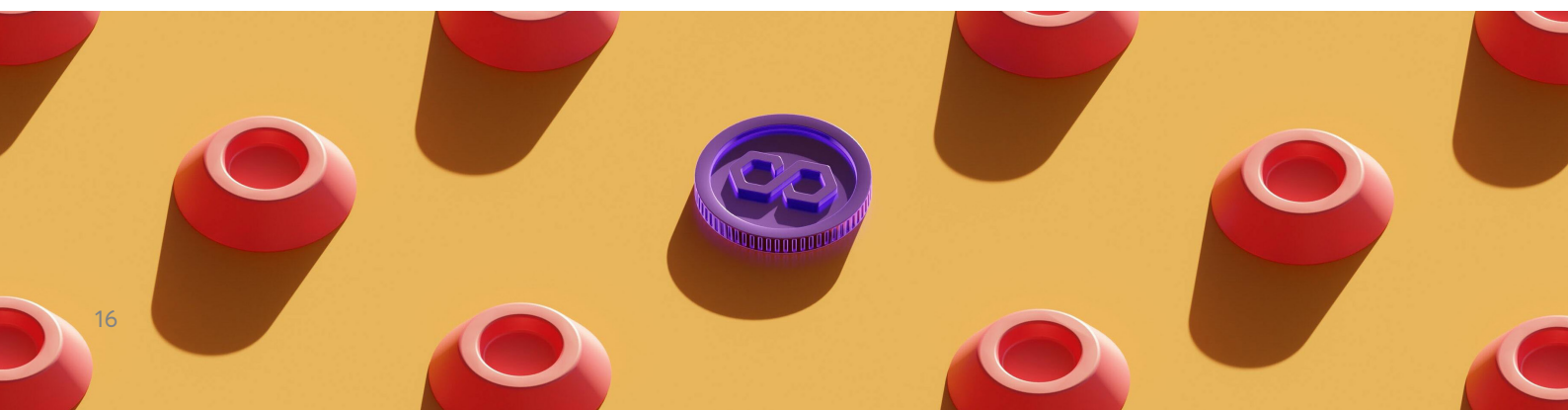
Avant de choisir la solution BNPL à intégrer, il est important d'évaluer toutes les caractéristiques de chaque plateforme et de choisir celle qui correspond à ses objectifs, le modèle économique et la zone géographique de référence, en prêtant toujours attention aux éventuelles réglementations en vigueur dans les régions où l'on opère.

Cryptomonnaie

Les crypto-monnaies sont des monnaies numériques ou virtuelles qui reposent sur le cryptage qui garantit des niveaux élevés de sécurité. Les transactions en crypto-monnaies sont stockées sur des registres numériques décentralisés basés sur la technologie blockchain. Coinbase, Ledger, Exodus, Electrum et ZenGo, pour n'en nommer que quelques-uns, font partie des plateformes qui offrent des portefeuilles numériques pour stocker ces monnaies numériques.

Apple Pay est l'un des portefeuilles numériques qui peut être utilisé pour recharger les fonds de Zengo, qui est un exemple de fusion de deux méthodes de paiement alternatives. PayPal a également introduit la crypto-monnaie comme option de paiement et vous permet de détenir, de vendre et d'acheter des crypto-monnaies au sein de son application.

La naissance des crypto-monnaies remonte à 2009, année de la création du premier Bitcoin, mais leur diffusion peut être retracée approximativement à 2017, lorsque leur achat et vente, en particulier de Bitcoin et d'Ether, a commencé à enregistrer des volumes importants. Ces nouvelles monnaies numériques sont souvent qualifiées comme "avenir des paiements", soit parce qu'elles sont déjà utilisées comme moyen de paiement alternatif, soit en raison de leur nature décentralisée, ce qui élimine le besoin d'intermédiaires et les coûts associés. Cependant,



comme nous l'avons écrit dans les chapitres précédents, dans de nombreux pays, ils ne sont pas encore considérés comme un instrument fiable: en effet, malgré le potentiel, les risques doivent également être pris en compte par rapport à d'autres instruments.

Parmi les avantages les plus évidents des crypto-monnaies, il y a la sécurité et la décentralisation. Les transactions avec ces devises sont protégées par des modèles de cryptage avancés et une technologie blockchain qui assure une protection accrue contre la fraude et le piratage, de par sa nature même. Les réseaux décentralisés ne sont pas contrôlés par des institutions ou des organismes gouvernementaux et peuvent être utilisés pour les transactions transfrontalières partout dans le monde, ce qui en fait un outil idéal pour les entreprises ayant une clientèle internationale. Ces aspects peuvent donner aux utilisateurs plus de liberté et d'autonomie financière, mais cela ne signifie pas que les crypto-monnaies sont sans risque.

Parmi les points d'attention il y a la volatilité et le manque même de réglementation. En effet, surtout ces dernières années, les fluctuations très élevées de leur contre-valeur par rapport aux devises officielles, ont rendu difficile pour les entreprises de définir les prix et pour leurs clients de prévoir les achats avec ces outils. Il faut également tenir compte des faiblesses liées à l'absence de réglementation: sans entités institutionnelles chargées de **surveiller les transferts de crypto-monnaies, le risque est qu'elles soient utilisées pour le blanchiment d'argent et le financement d'activités illicites.**

L'aspect volatilité a été partiellement atténué par l'introduction des stablecoins, c'est-à-dire des crypto-monnaies dans lesquelles la valeur de l'actif numérique est ancrée à une monnaie fiduciaire (par ex. dollar ou euro), qui ne garantissent pas toujours la stabilité nécessaire pour rassurer commerçants et consommateurs pour les paiements. En fin de compte, les crypto-monnaies ne sont pas encore acceptées par tous les commerçants et peuvent ne pas être une option

de paiement viable pour tous les utilisateurs. Dans le chapitre suivant, nous approfondissons le marché mondial des alternatives de paiement (APM) à travers les données de leur pénétration par zone géographique.

Les paiements numériques et alternatifs au niveau mondial

La valeur des transactions de paiement numérique dépassera **15.000 milliards de dollars d'ici 2027**, avec un **TCAC de 16,3% sur la période 2017-2027**.¹

Au cours de la dernière décennie, nous avons assisté à un bouleversement important du secteur bancaire traditionnel, en particulier dans les domaines des paiements, des prêts, de la gestion d'actifs et de la banque de détail. Il est intéressant de noter que ce changement n'est pas seulement venu des start-ups qui s'occupent de Fintech, mais a également impliqué des entreprises de haute technologie et de commerce électronique telles que Google, Amazon, Facebook, Apple et Alibaba,

pour n'en nommer que quelques-une, données et bassins d'utilisateurs pour concurrencer même dans ces secteurs.

L'**Ecommerce** continuera à enregistrer les volumes les plus importants, atteignant **9.240 milliards de dollars d'ici 2027**. Les paiements par **mobile POS** connaîtront également une **croissance importante**, puisqu'ils représenteront **38% du total d'ici 2027**, avec **5.751 milliards de dollars**.

Croissance des paiements numériques 2017-2027

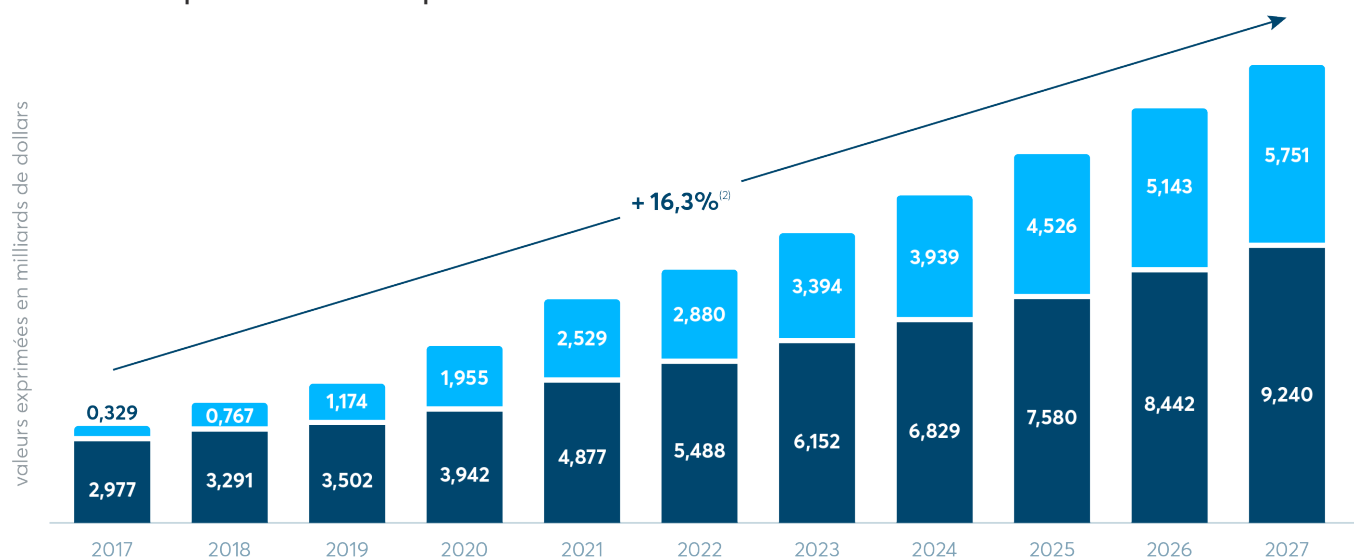


Figure 1 - Source: FinTech-In-depth Market Insights & Data Analysis | Statista, 2022

■ Digital Commerce

■ Paiements mobiles POS

Pénétration estimée pour les digital wallets: 2021-2025

		2021	Prévisions 2025
Worldwide	Ecommerce	49%	53%
	POS	29%	39%
Asie-Pacifique	Ecommerce	69%	72%
	POS	44%	56%
Amérique du Nord	Ecommerce	29%	33%
	POS	10%	15%
Europe	Ecommerce	27%	29%
	POS	10%	15%
Amérique latine	Ecommerce	19%	25%
	POS	8%	15%
Moyen-Orient & Afrique	Ecommerce	17%	26%
	POS	12%	21%

Source: Fintech Trends 2022 | Statista, 2022

Les volumes de portefeuilles numériques: +100% en cinq ans

Les portefeuilles numériques comptent parmi les instruments de paiement alternatifs présentant le plus grand potentiel de pénétration dans le monde.

À l'échelle mondiale, les portefeuilles numériques représenteront 53% des transactions Ecommerce et 39% des transactions en magasin, et c'est la région Asie-Pacifique qui domine le classement des régions les plus réussies, passant de **69% en 2021 à 72% en 2025 pour l'Ecommerce** et de **44% à 56% sur la même période pour les transactions POS**.

Pénétration des paiements alternatifs par zone géographique

Les instruments de paiement traditionnels, en particulier les cartes de crédit et de débit, cèdent souvent la place à **d'autres plateformes**. L'adoption par les consommateurs de ces nouvelles plateformes ne se traduira pas nécessairement par la disparition des cartes mais plutôt par leur transformation. En effet, dans le cas des portefeuilles numériques, l'utilisation des cartes au sens strict est réduite, car ces instruments s'intègrent en fait dans le flux de paiement comme point de contact intermédiaire entre utilisateur et marchand.

Quels sont les outils préférés et les plus utilisés par les consommateurs et les entreprises dans le monde? Pour donner une réponse complète à cette question, nous devons analyser les différentes zones géographiques.

Amérique du Nord

La plupart des plateformes de paiement alternatifs sont nées en Amérique du Nord mais, aujourd'hui encore, ce sont les cartes de paiement qui sont les instruments de paiement préférés de ses consommateurs, même si leur utilisation dans certains cas est en baisse, aussi bien en ligne qu'en magasin.

Si nous considérons la période **2021-2025**³, Les paiements par porte-monnaie électronique **augmenteront de 29% à 33%** de plus que les paiements par carte de crédit, passant de **31% à 28%**, et les paiements par carte de débit, passant de **21% à 20% du total**.

Au cours de la même période, **les paiements en magasin avec des portefeuilles numériques augmenteront également, atteignant 15% du marché en 2025**, contre 10% en 2021. Les transactions par carte de débit augmenteront également, passant de 30% à 34%, tandis que les transactions par carte de crédit passeront **de 40% à 36%**.

Selon le Global Consumer Survey 2022 par Statista⁴, à la fin de septembre 2022, les paiements alternatifs privilégiés aux États-Unis pour les paiements mobiles au cours de 2021 ont été :

- PayPal 57%
- Apple Pay 53%
- Cash App 51%
- Google Pay 38%
- Chase Pay 15%

À ceux qui viennent d'être mentionnés s'en ajoutent d'autres, parmi lesquels : Samsung Pay (14%), Bitpay (8%) e Fitbit Pay (8%).

En ce qui concerne les paiements Ecommerce, les instruments les plus utilisés ont été :

- PayPal 82%
- Venmo 38%
- Google Pay 29%
- Apple Pay 27%
- Amazon Pay 26%

Là encore, le nombre d'instruments de paiement utilisés est plus important. En particulier, les plateformes de **paiement par tranches**, également appelées [Buy Now Pay Later \(BNPL\)](#), connaissent un **succès considérable**. Il suffit de penser qu'en octobre 2022, près de 37% des commerçants en

3 - The Global Payment Report 2022 | Worldpay, 2022

4 - Global Consumer Survey | Statista 2022

ligne américains faisant l'objet d'une recherche⁵, proposait Klarna parmi les instruments de paiement disponibles. L'intérêt pour ces formes de paiement augmente et on prévoit que d'ici 2026, les volumes de ces formes de paiement aux États-Unis atteindront plus de **143 milliards de dollars**, contre **77 milliards de dollars de 2022**⁶.

Le Canada ne fait pas exception aux États-Unis et confirme la prédominance des cartes parmi les instruments de paiement préférés. Toujours selon le Global Consumer Survey 2022, parmi les paiements alternatifs les plus utilisés au Canada ces 12 derniers mois, il y a :

- PayPal 87%
- Interac 48%
- Apple Pay 27%
- Google Pay 22%

Les solutions Buy Now Pay Later ont connu une utilisation mineure et parmi les plateformes les plus utilisées se sont distinguées: **Afterpay**, cité par 7% des répondants, et **KLARNA**, utilisé seulement par 2% du public impliqué.

Interac est un réseau interbancaire canadien fondé en 1984, qui permet à ses clients de retirer de l'argent, d'envoyer de l'argent et de payer par prélèvement bancaire.

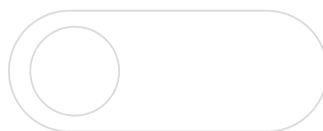
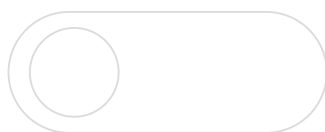
Amérique Latine

Même en Amérique latine, les consommateurs s'intéressent aux portefeuilles numériques qui représenteront 25% de tous les paiements Ecommerce d'ici 2025, contre 19% en 2021. Croissance qui se confirme également pour les **paiements en magasin**: à partir de 8% en 2021, ces instruments seront utilisés pour **15% des transactions en 2025**.⁴

Si nous allons analyser la satisfaction des alternative payment dans le commerce électronique de certains des pays de cette zone géographique, on peut établir un classement:

	Cartes de crédit	Carte de débit	Alternative payment	A2A (débit direct)	Espèces à la livraison
Mexique	42%	63%	44%	19%	3%
Brésil	60%	55%	44%	38%	22%
Argentine	52%	75%	48%	5%	4%
Pérou	46%	71%	37%	4%	3%
Colombie	35%	51%	43%	7%	5%
Chili	44%	85%	41%	6%	2%

Source: Global Consumer Survey | Statista 2022



5 - <https://www.statista.com/statistics/1325782/bnpl-klarna-use-among-merchants-in-the-world/>
6 - US Buy Now, Pay Later (BNPL) Payment Value 2021-2026 | MAG e eMarketer, 2022



Tandis que pour les paiements en magasin:

	Cartes de crédit	Carte de débit	Alternative payment	Espèces	Chèques
Mexique	41%	63%	44%	71%	3%
Brésil	64%	70%	33%	59%	2%
Argentine	48%	71%	46%	77%	2%
Pérou	42%	71%	40%	73%	1%
Colombie	32%	52%	37%	80%	1%
Chili	40%	86%	23%	58%	2%

Source: Global Consumer Survey | Statista 2022

Si nous considérons les paiements en ligne dans toute la région⁷, les cartes de crédit nationales et internationales représentent la part de marché la plus importante (57 %). Les cartes de débit représentent 13% des volumes de paiement et les portefeuilles numériques (e-wallets) 11%.

Il est intéressant de noter que les virements, qui n'ont représenté que 7% des paiements en 2021, augmenteront plus que les autres systèmes d'ici 2024. Bien qu'ils constituent l'un des instruments de paiement de compte à compte les plus traditionnels, ils augmenteront de **55% entre 2020 et 2024**.

L'adoption des cartes de crédit et de débit augmentera également, respectivement de **33% et de 28%**. L'utilisation de portefeuilles numériques augmentera de 32%, tirant même les cartes de crédit qui sont à part entière les instruments sous-jacents à ces applications.

Paievements en ligne par mode de paiement (2021)

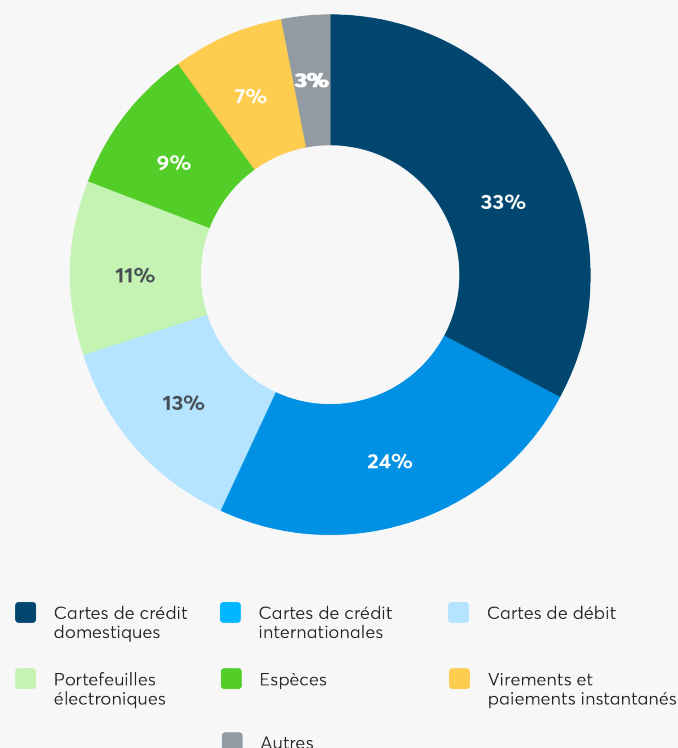


Figure 2 - Source: Notini basé sur AMI, 2022

CAGR prévu pour la période 2020-2024

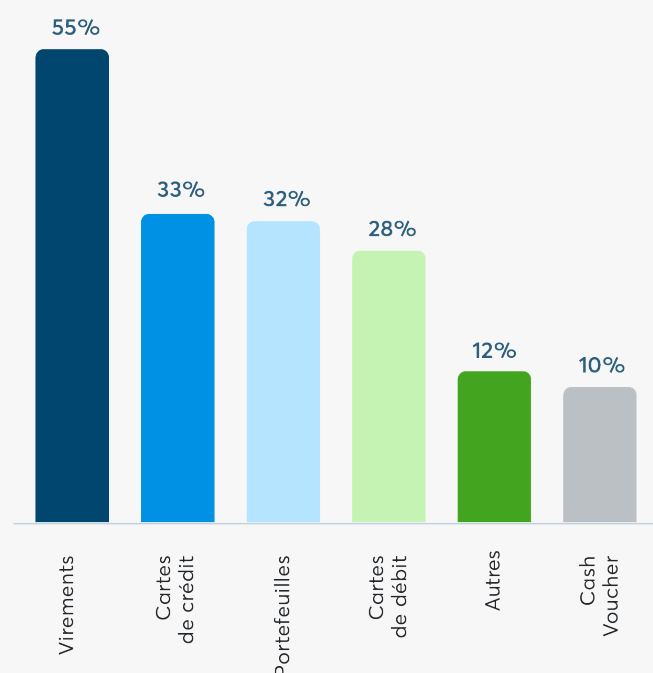


Figure 3 - Source: Americas Market Intelligence, Latin America Ecommerce Blueprint 2020-2024

Le bon de trésorerie est une sorte de chèque-cadeau qui peut être utilisé pour acheter des biens ou des services dans un magasin ou une chaîne de vente au détail spécifique. La valeur du bon est exprimée en espèces et peut être utilisée comme paiement partiel ou total pour un achat.

Compte tenu du pourcentage élevé de personnes qui ne peuvent pas accéder aux services bancaires en Amérique Latine⁸, l'accès au crédit à la consommation "traditionnelle" est plus difficile. Pour cette raison également, le modèle BNPL offre de **bonnes perspectives de croissance**. Selon les données publiées dans le whitepaper "BoaCompra's Digital Renaissance in Latin America", les solutions de paiement par tranches pour le commerce électronique à la fin de 2021 représentaient 1% du marché mais atteindraient 3% d'ici 2025.

Asie-Pacifique

Analyse des données disponibles pour la région Asie-Pacifique au cours du 2021⁴, comparé aux projections pour 2025, le chiffre le plus important dans le domaine des paiements Ecommerce est que **69% du total** des paiements enregistrés en 2021 a été réalisé avec des portefeuilles numériques ou des paiements alternatifs, puisqu'il passera à **72% d'ici 2025**. Les cartes de débit (de 8% à 9%) et les plates-formes BNPL (de 1% à 2%) augmentent également au cours de la période. En revanche, les cartes de crédit (de 13% à 11%), les virements bancaires (de 5% à 3%) et les paiements contre remboursement (de 3% à 1%) seront réduits.

Les porte-monnaie électroniques confirmeront les instruments les plus utilisés également **en magasin**: de 44% en 2021, leur part de marché augmentera pour atteindre **56% d'ici 2025**. La croissance de ces instruments se fera au détriment de toutes les autres formes de paiement: des cartes de crédit (de 19% à 17%) aux cartes de débit (de 15% à 14%) aux espèces, dont l'utilisation sera réduite de 16% à 8%. En revanche, l'adoption d'instruments de paiement échelonnés restera pratiquement inchangée autour de 1%.

La Chine fait partie des pays les plus fragmentés en termes de paiements numériques, notamment en raison de la progression technologique de ces dernières années.

Selon l'enquête Statista Global Consumer, parmi les alternatives de paiement les plus utilisées en ligne dans ce pays, il y a:

- Alipay 92%
- WeChat Pay 84%
- UnionPay 43%
- Jdpay 25%
- Apple Pay 20%

Les applications ci-dessus sont complétées par de nombreuses autres, notamment Tenpay, Bestpay, PayPal et Huawei pay, pour n'en nommer que quelques-unes.

Pendant la période **2017-2021**⁴, les **paiements en magasin** ont connu une croissance progressive de l'utilisation des portefeuilles, passant de 36% à 54% du total des paiements et des cartes de crédit, dont les paiements ont concerné 12% des transactions en 2017 et 14% en 2021. Alors que les paiements par carte de débit (de 31% à 16%) et par espèces (de 21% à 10%) ont diminué au cours de la période considérée.

Comme la Chine, la Corée du Sud se distingue par un nombre particulièrement élevé de systèmes de paiement alternatifs. Selon une enquête menée en 2021 sur l'utilisation de ces outils en magasin⁹, parmi les plus cités figurent:

- Naver Pay (75%)
- Kakao Pay (64%)
- Samsung Pay (38%)
- Toss (31%)
- Payco (27%)

On pourrait en ajouter beaucoup d'autres, parmi lesquels: Smile Pay, Rocket Pay (Coupage) et SSG Pay.

Beaucoup de ces outils sont également utilisés pour les paiements Ecommerce. Après les cartes de crédit, mentionnées par plus de 70% des répondants, les Coréens utilisent d'autres plateformes de paiement (plus de 39 % des répondants), les virements (environ 31 %) et les cartes de débit (plus de 28 % des acheteurs en ligne).

Au Japon, les espèces dominent toujours les paiements en magasin. En 2021¹⁰, **90% des 45.000 consommateurs** interrogés ont choisi cet outil comme leur favori pour payer en magasin. La deuxième place (73% des réponses) va aux cartes de crédit, la troisième (41%) aux alternatives de paiement et la quatrième (plus de 28%) il y a les solutions e-money, typiquement des cartes prépayées ou des cartes émises par des **sociétés de transport comme Suica et Pismo**.

Il convient de souligner que le gouvernement japonais investit depuis longtemps dans la réduction de l'utilisation des espèces. Ça est confirmé par la recherche publiée par le METI (Ministère de l'Économie japonais) en mars **2022**¹¹, qui montre que plus de **51% des personnes interrogées utilisent régulièrement des applications de paiement à code QR**. Parmi les plus utilisées sont PayPay et R Pay (Rakuten Pay). Ces applications s'ajoutent à d'autres portefeuilles numériques et applications A2A, dont l'utilisation peut être limitée à des chaînes de vente au détail spécifiques. Les plus utilisées sont: Line Pay, Nanaco, Konbini, Waon et Rakuten Edy¹².

Les applications décrites ci-dessus sont également souvent utilisées pour les achats Ecommerce dans la **formule pick-and-pay**, car le paiement nécessite la présence dans le magasin de l'acheteur. Au Japon, les moyens de paiement privilégiés dans le commerce électronique sont:

- cartes de crédit (67%)
- prélèvements/A2A (43%)
- paiements alternatifs (21%)
- carte de débit (14%)
- espèces à la livraison (10%)

Dans les pays d'Asie du Sud-Est également, les paiements alternatifs supplantent les espèces et les cartes¹³. En Indonésie, l'utilisation des espèces dans les magasins physiques est passée de **79% à 51% de 2017 à 2021**. Au cours de la même période, l'adoption des portefeuilles numériques (de 5% à 19%), des cartes de crédit (de 7% à 12%) et des cartes de débit (de 8% à 12%) a augmenté. Il est intéressant de noter que les solutions de **paiement échelonné en 2021 ont représenté 4% des paiements**.

Aussi la **Thaïlande** a vu les paiements en espèces diminuer avec le temps¹⁴. Au cours de la période 2017-2021, son adoption est passée de 68% à 63%, avec celle des cartes de crédit (de 23% à 8%), de débit (de 6% à 4%) et prépayées (de 2% à 1%).

9 - Most popular mobile shopping apps among mobile shoppers in South Korea in 2021 | Opensurvey, 2021

10 - Preferred payment methods in Japan as of January 2021 | MMD Labo, 2021

11 - 3rd Commission for further promotion of cashless payments in small and medium-sized stores FY 2021 | METI, 2021

12 - Best cashless payment options in Japan: what they are and how to use them | timeout.com, 2022

13 - Digital payments in Indonesia | Statista, 2022

14 - Market share of cash, credit cards, and other payment methods at point of sale (POS) in Thailand in 2017, 2019, 2020 and 2021 | Statista, 2022

Même en Thaïlande, les instruments de paiement par tranches en magasin représentaient **4% du marché**.

En **Australie**, les paiements en magasin avec porte-monnaie électroniques ne représentent que **32% des préférences, contre 67% pour les cartes de débit, 57% pour les espèces et 39% pour les cartes de crédit**.⁵ Selon une recherche, parmi les instruments de paiement alternatifs disponibles en magasin, il y a ci: **PayPal** (présent dans 57 % des magasins étudiés), paiements **A2A/virements bancaires** (56 %), **Apple Pay** (26 %), **bpay** (23 %) et **Google Pay** (17 %). Pour les paiements à tempérament, les plateformes les plus courantes sont **Afterpay** (17 %) et **ZipPay** (12 %).

Selon les analyses publiées par PPRO¹⁵, la distribution des instruments en ligne est similaire, même si les transferts bancaires ont une part de marché nettement plus faible: **49% des achats sont payés par carte, 24% par portefeuille numérique et 2% par contre-remboursement**.

En **Nouvelle Zélande**, au cours de la période de cinq ans **2017-2021**, l'utilisation de cartes de crédit pour les transactions hors ligne est passée **de 39% à 42%**. L'adoption de portefeuilles mobiles (de 2% à 7%) et d'espèces (de 8% à 11%) a également augmenté, tandis que les cartes de débit sont en contre-tendance, leur utilisation passant **de 47% à 31%**. En 2021, les solutions de BNPL en Nouvelle-Zélande ont représenté **5% des paiements dans les points de vente physiques**.

En ligne, les consommateurs néo-zélandais privilégient les cartes de crédit (34% du total des paiements en 2021), les portefeuilles mobiles (20%), les cartes de débit (16%), les virements (15%) et les solutions Buy Now Pay Later (10%).

Moyen-Orient et Afrique

En 2021, au Moyen-Orient et en Afrique, les **paiements alternatifs Ecommerce** ont représenté **17% du total, et en 2025 ils seront pairs à 26**.⁴

Dans les paiements en magasin, les alternative payment ont représenté **12% du total et 21 % d'ici 2025**.

Si nous examinons de plus près la distribution des moyens de paiement dans les points de vente physiques, nous constatons que les espèces restent l'un des moyens de paiement privilégiés (44% du total des paiements en 2021), mais que les instruments électroniques et numériques augmentent.

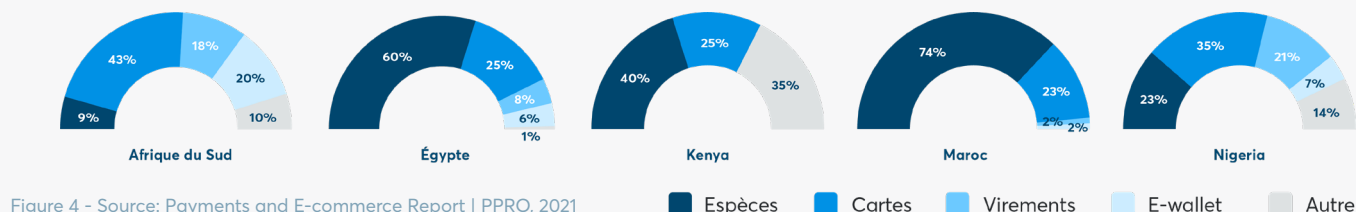
Distribution des moyens de paiement Ecommerce (2021 – 2025)

Ecommerce	2021	2025
Cartes de crédit	31%	33%
Portefeuilles numériques	17%	26%
Virements	16%	16%
Paiement à la livraison	14%	7%
Cartes de débit	13%	11%
Cartes prépayées	3%	1%
BNPL	1%	1%

POS	2021	2025
Espèces	44%	31%
Cartes de crédit	20%	22%
Portefeuilles numériques	12%	21%
Cartes de débit	12%	14%
Financements	6%	6%
Cartes prépayées	5%	4%
BNPL	1%	1%

Tableau 4 - 5
Source: Global Payments Report 2021 | Worldpay, 2022

Distribution des moyens de paiement en ligne en 2021



En **Afrique**, la pénétration des différents instruments de paiement est très hétérogène. En 2021, en Égypte, au Maroc et au Kenya, les espèces étaient toujours l'instrument prédominant pour les achats en ligne, tandis qu'en Afrique du Sud et au Nigeria, les cartes et les portefeuilles électroniques représentaient **déjà plus de 50%** des paiements Ecommerce¹⁶.

Le processus d'alphabétisation informatique du continent africain, par rapport au reste du monde, a sauté l'ère des ordinateurs. Beaucoup de populations africaines, en fait, sont passées d'une situation socioéconomique rurale à une numérisation "mobile" sans étapes intermédiaires. Cette particularité a également affecté le domaine des paiements et, en Afrique, **les paiements alternatifs les plus courants sont des applications développées par les opérateurs de téléphonie mobile en collaboration avec les principaux circuits internationaux**. Les plus connus sont MTN momo, airtel money et JUMIA PAY, en partenariat avec Mastercard, Orange Money et M-PESA, en

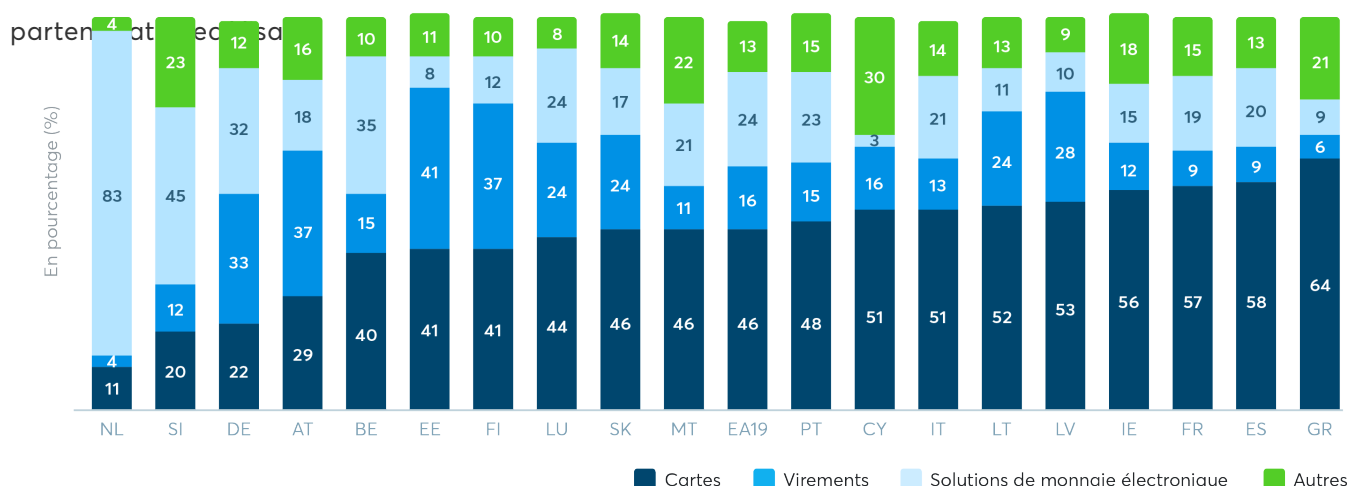
Europe

En 2021, en Europe, les **paiements alternatifs Ecommerce** ont représenté 27% du total, et en 2025 seront **29%**. Dans les paiements en magasin, les alternative payment ont **représenté 8% du total et 15 % d'ici 2025**.⁴

Une étude de l'Union européenne sur les comportements de paiement des consommateurs dans la zone euro (SPACE 2022)¹⁷ fournit des informations intéressantes sur les paiements numériques en Europe.

En ce qui concerne les paiements Ecommerce en Europe, la situation est très hétérogène. Si aux Pays-Bas la prédominance des alternatives Payments est écrasante (83%), à Chypre (8%) ou en Grèce (9%), ces plateformes ne représentent qu'une petite partie des paiements.

Valeur des paiements Ecommerce par instrument



16 - Distribution of online payment methods in selected African countries as of 2021 | PPRO, 2021

17 - Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE) | BCE, 2022

Instruments de paiement utilisés en magasin en 2022 (par montant des paiements)

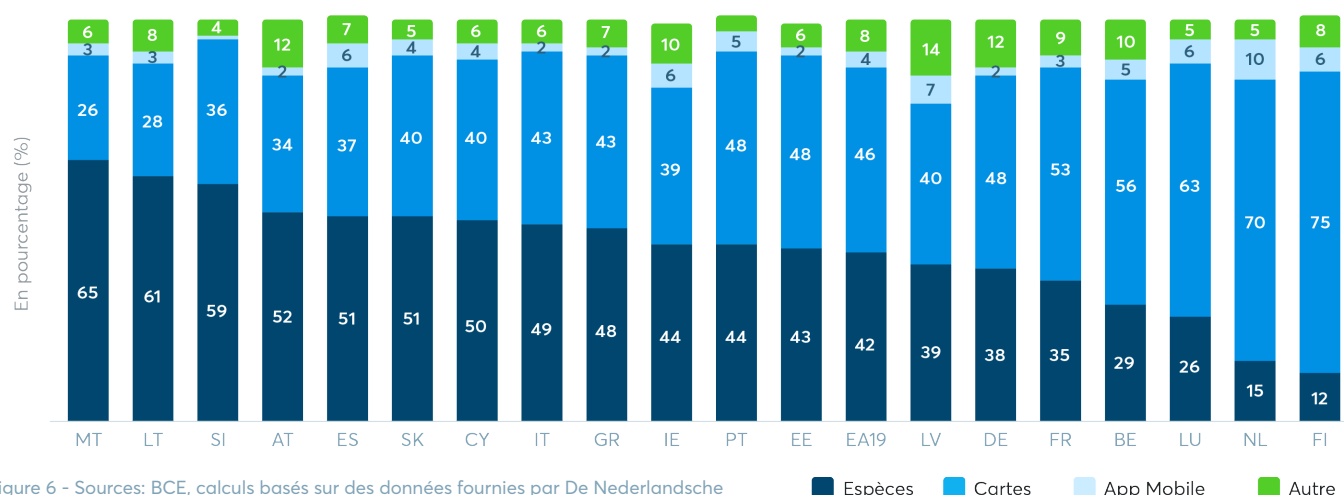


Figure 6 - Sources: BCE, calculs basés sur des données fournies par De Nederlandsche Bank, Dutch Payments Association (2022) et Deutsche Bundesbank (2022)

En 2022, **59% des paiements en magasin en Europe** ont été effectués en espèces. Un chiffre en baisse constante, si l'on considère qu'en 2019, ces paiements représentaient **72% du total**. Au lieu de cela, les cartes de paiement et les applications mobiles se développent, comme le montre le chapitre suivant.

Paiements alternatifs dans les pays européens

Ci-dessous, nous avons rassemblé les données les plus significatives de certaines études et enquêtes menées **au cours de 2021 et 2022**, sur l'utilisation des différents paiements alternatifs par pays.

Autriche:

Ecommerce (alternative payment)

- PayPal 84%
- Klarna 59%
- EPS Überweisung 33%
- Amazon Pay 29%
- Apple Pay 16%
- Google Pay 13%

In-store

- Espèces 78%
- Carte de debit 57%
- Cartes de credit 32%
- Digital wallet 13%
- Cartes prépayées 13%
- Chèques 2%

Finlande:

Ecommerce (alternative payment)

- PayPal 80%
- MobilePay 66%
- Klarna 63%
- Trustly 24%
- Nordea Siirto 17%
- Google Pay 22%

In-store

- Carte de débit 63%
- Carte de crédit 16%
- Espèces 10%
- Digital wallet 7%
- Financements traditionnels 3%
- BNPL 1%

Italie:

Ecommerce (alternative payment)

- PayPal 91%
- Amazon Pay 20%
- Google Pay 17%
- Satispay 15%
- Apple Pay 10%
- Masterpass 5%
- Klarna 4%

In-store

- Espèces 35,4%
- Bancomat/cartes de débit 35%
- Cartes contactless 15,4%
- Cartes de crédit 8,3%
- Paiements alternatifs 4,3%

Allemagne:**Ecommerce (alternative payment)**

- PayPal 92%
- Klarna 51%
- Amazon Pay 28%
- Giropay 18%
- Apple Pay 14%
- Google Pay 14%
- Paydirekt 7%
- Afterpay 5%

In-store*

- Google Pay 57%
- Apple Pay 56%
- App bancaire 50%
- PaybackPay 48%
- App App di una catena retail 28%
- Alipay 16%
- Bluecode 2%

* Source: Payment behaviour in Germany in 2021 |
Deutsche Bundesbank Eurosystem, 2022

Pays-Bas:**Ecommerce (alternative payment)**

- iDEAL 89%
- PayPal 67%
- Tikkie 59%
- Klarna 37%
- Afterpay 33%
- Apple Pay 21%
- Google Pay 16%
- Amazon Pay 8%

In-store

- Carte de débit 76%
- Espèces 49%
- Digital Wallet 27%
- Carte de crédit 20%
- Carte prépayées 9%
- Chèques 6%

Portugal:**Ecommerce (alternative payment)**

- Carte de débit 63%
- Digital wallet 59%
- Débit direct 56%
- Cartes de crédit 46%
- Espèces à la livraison 20%

In-store

- Carte de débit 85%
- Espèces 77%
- Digital wallet 33%
- Cartes de crédit 32%
- Carte prépayées 8%

Royaume-Uni:**Ecommerce (alternative payment)**

- PayPal 88%
- Apple Pay 32%
- Google Pay 21%
- Klarna 20%
- Amazon Pay 18%
- Clearpay 13%

In-store

- Carte de débit 45%
- Carte de crédit 28%
- Espèces 11%
- Digital wallet 9%
- BNPL 3%
- Financements traditionnels 2%

Espagne:**Ecommerce (alternative payment)**

- PayPal 89%
- Amazon Pay 23%
- Google Pay 23%
- Apple Pay 11%
- Paysafecard 4%
- Masterpass 3%
- Klarna 2%

In-store

- Espèces 47%
- Carte de débit 24%
- Cartes de crédit 17%
- Digital wallet 8%
- Financements traditionnels 4%

Tendances de paiement en France

En observant les tendances actuelles, la France confirme comme moyen de paiement préféré par ses citoyens, **la carte de crédit, suivie de celle de débit**. La pénétration des cartes de crédit en France devrait augmenter continuellement entre 2022 et 2028 de 11,8% au total. Selon cette prévision en 2028, la pénétration des cartes aura augmenté pour la **sixième année consécutive à 65,12%**. Notamment, le taux de pénétration n'a cessé d'augmenter au cours des dernières années. Cependant les portefeuilles numériques en France se maintiendront près de **25%**, tandis que **BNPL prévoit une croissance de 4,1% en 2021 à 7,1% en 2025**.

En ce qui concerne le classement des méthodes de paiement alternatifs **en ligne, on peut surligner la préférence évidente pour PayPal**, suivie par:

Ecommerce (alternative payment)

- PayPal 90%
- Amazon Pay 15%
- Apple Pay 15%
- Paylib 15%
- Google Pay 12%
- CM-CIC 4%
- Klarna 2%

Les tendances pour **les paiements en magasin confirment encore la prépondérance des cartes**. Toujours très forte la présence des espèces, qui se confirment comme troisième moyen de paiement préféré dans le classement. Autres données intéressantes pour la catégorie in-store sont la croissance régionale des POS est estimée à **14% sur 12 mois, mais aussi la hausse des BNPL**.

In-store

- Carte de débit 49%
- Carte de crédit 33%
- Espèces 9%
- Digital wallet 4%
- Financements traditionnels 3%
- BNPL 2%



Les crypto-monnaies dans le domaine des paiements

Bien que la technologie sous-jacente aux crypto-monnaies ait été reconnue comme une **véritable révolution dans de nombreux domaines**, ces nouvelles formes de monnaie numérique ont du mal à décoller dans le contexte des paiements.

Au cours des dernières années, plusieurs entreprises ont intégré les crypto-monnaies - principalement le Bitcoin - dans leur offre d'instruments de paiement, bien que, dans certains cas, une marche arrière ait été suivie, principalement en raison de la forte volatilité de ces monnaies, notamment à la fin de 2021 et de 2022. Microsoft, Starbucks et Gucci sont quelques-unes des marques internationales qui ont montré un intérêt pour les crypto-monnaies¹⁸.

Comment les entreprises de paiement abordent-elles cette question? Visa, Mastercard et PayPal, par exemple, investissent depuis longtemps dans ce secteur en reconnaissant dans la **blockchain une technologie à fort potentiel**.

D'autre part, les crypto-monnaies se sont affranchies du rôle de technologie accessible

à très peu. Aujourd'hui, ces instruments sont connus d'un public de plus en plus large et ne sont plus cantonnés à l'investissement. Les données recueillies par la Banque centrale européenne²⁰ montrent que les crypto-monnaies ne sont plus uniquement identifiées comme un instrument d'investissement mais aussi comme un actif de paiement. En particulier, les citoyens italiens impliqués dans l'enquête représentent la part du plus grand échantillon à avoir confirmé avoir acquis ces outils pour les deux fins.

L'attention portée à ces assets digitaux est confirmée par une enquête menée par Deloitte et PayPal fin 2021 dans les États Unis¹⁹. La recherche a révélé que 64% des entreprises impliquées ont enregistré un intérêt important sur le thème des crypto-monnaies de leurs clients. Non seulement cela, 85% ont déclaré qu'ils prévoient que les paiements en crypto-monnaies seront normaux **d'ici 2026**, y compris dans le **domaine B2B**. C'est précisément pour ces raisons que **38%** des personnes interrogées ont considéré comme prioritaire l'intégration des crypto-monnaies dans leurs flux de paiement et 47% même très prioritaire.

Utilisation des crypto-monnaies en Europe

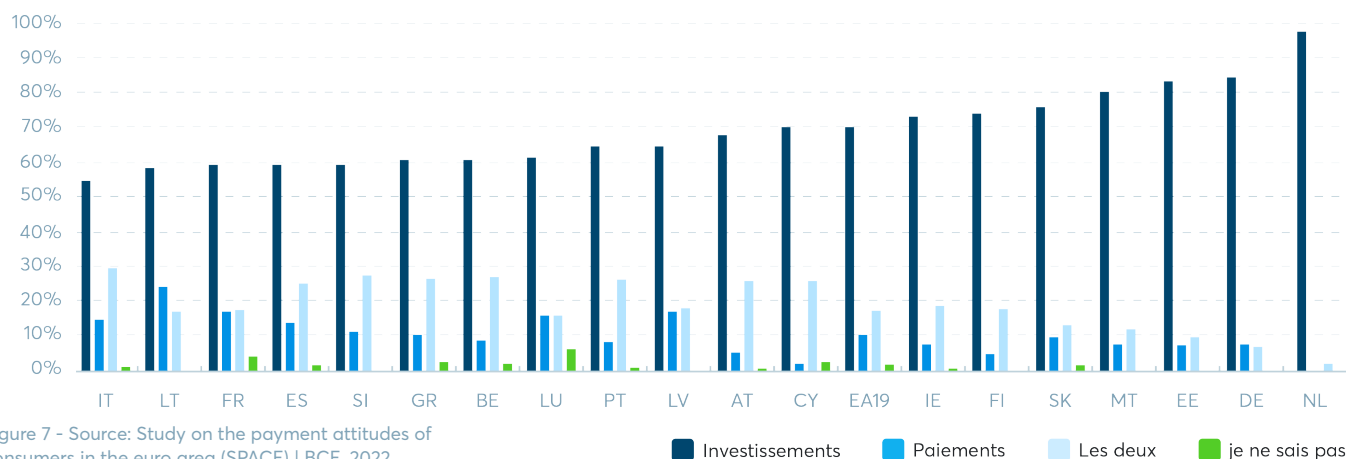


Figure 7 - Source: Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE) | BCE, 2022

18 - Paying with Bitcoin: These are the major companies that accept crypto as payment
 19 - Merchants getting ready for crypto | Deloitte et PayPal, 2021

Analyse d'Axerve sur les paiements alternatifs Ecommerce

Comme nous l'avons vu dans les chapitres précédents, identifier avec précision la pénétration des instruments de paiement alternatifs est une tâche difficile, notamment en raison du manque de données objectives, en particulier celles relatives aux plateformes spécifiques.

C'est pourquoi nous avons collecté et analysé les données d'Axerve, qui a une vue d'ensemble privilégiée, basée sur des milliers de commerçants en ligne opérant à l'échelle mondiale.

Méthodologie

Nous avons examiné les données agrégées des transactions des commerçants Ecommerce Axerve pour la période du 5 au 31 janvier 2023, c'est-à-dire la période des soldes d'hiver. Les analyses ont porté sur l'ensemble du bassin des commerçants ayant d'autres modes de paiement qui ont également été regroupés par secteur de produits, afin d'identifier le poids des paiements alternatifs sur le total des recettes.

Paiements alternatifs: pas seulement des portefeuilles numériques

Comme nous l'avons vu dans les chapitres précédents, les portefeuilles numériques sont parmi les outils les plus utilisés dans le monde, mais l'analyse de la base de clients d'Axerve confirme que les plateformes Buy Now Pay Later et les nouveaux outils A2A, en tant qu'iDeal et MyBank, sont appréciés par les acheteurs.

PayPal confirme l'instrument avec les volumes les plus importants, avec 59% du total des paiements alternatifs. Viennent ensuite MyBank, avec 25%, et Sofort by Klarna, qui représente 3% du total des encaissements avec des instruments autres que les cartes de crédit.

Il faut considérer que les commerçants peuvent avoir intégré une ou plusieurs alternatives de paiement avec lien direct, donc sans passer par les

Utilisation des crypto-monnaies en Europe

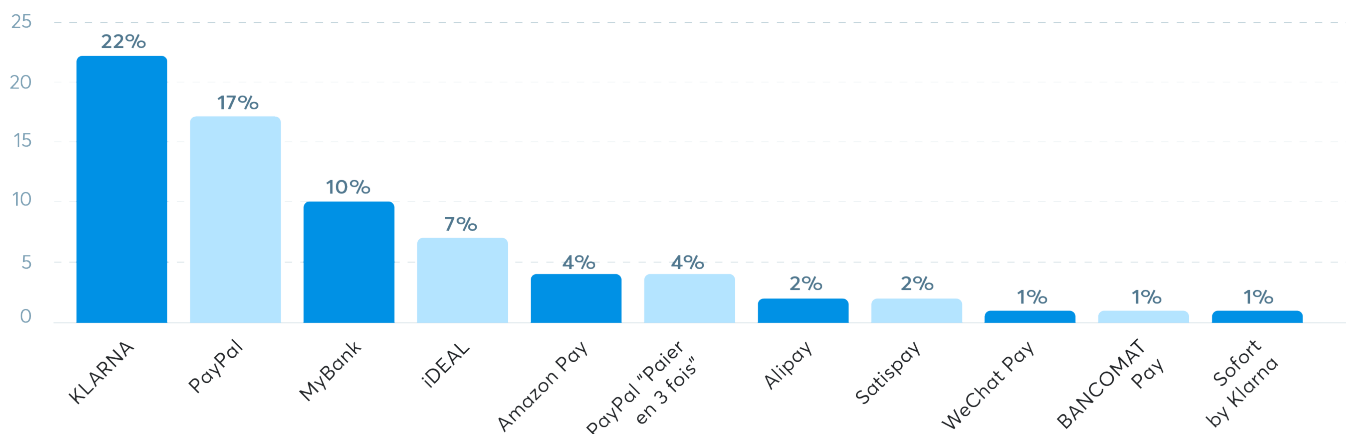


Figure 8 - Source: Analyse Axerve de tous les commerçants qui ont intégré les outils alternatifs faisant l'objet du graphique

flux gérés par Axerve. Pour cette raison, nous avons également comparé la valeur transactionnelle des différents instruments sur le total encaissé par les Ecommerce qui ont intégré ces alternatives spécifiques.

C'est Klarna, dans sa formule de paiement par tranches, qui enregistre la plus grande pénétration par rapport au total des recettes (22%), suit **PayPal** qui, comme nous le verrons dans les chapitres suivants, se confirme comme le portefeuille numérique le plus utilisé dans tous les secteurs de produits. Parmi les formes de paiement **A2A (Account-to-Account), MyBank et iDeal** pèsent respectivement 10% et 7%, tandis que **Satispay et Sofort by KLARNA** enregistrent seulement 2% et 1% des volumes totaux encaissés par les Ecommerces qui les ont intégrés.

Les outils préférés par secteur de produits

Passons maintenant au traitement des données par secteur de produits et approfondissons les différents clusters, en fonction du domaine dans lequel ils opèrent.

Le secteur de **la mode et des accessoires est le plus dynamique**, c'est-à-dire le secteur avec un plus grand nombre d'outils alternatifs intégrés. Qui a intégré Klarna, a atteint des pics de transat de plus de 54%, signe que l'appréciation pour cet instrument dans ce domaine est particulièrement élevée. Mais PayPal enregistre les volumes moyens les plus importants, avec plus de 32% du total. Parmi les instruments de paiement "local", c'est-à-dire spécifiques à certaines zones ou à certaines origines géographiques des acheteurs, on trouve **Alipay** (marché chinois) avec près de **9%** et **Bancontact** (utilisable uniquement par les utilisateurs belges) qui a affecté plus de **3% des volumes totaux de ceux qui l'ont intégré.**

Dans le cadre du **Food&Beverage**, avec plus de **33% des volumes**, PayPal est en tête du classement et Amazon Pay, le plus jeune des portefeuilles numériques internationaux, **dépasse largement les 7%**. Comme dans tous les cas examinés, ce secteur est particulièrement fragmenté mais, en plus des plates-formes susmentionnées, il est logique de citer MyBank avec un poids supérieur à **3%**, Satispay (plate-forme A2A utilisée par les consommateurs italiens) avec **plus de 3%** et PayPal "Pay en 3", outil de paiement BNPL qui avoisine **3% du total.**

Le **commerce électronique** grand public fait partie des boutiques en ligne avec les plus grands volumes de portefeuilles et d'alternatives en général. Les magasins qui ont intégré PayPal via Axerve enregistrent plus de **35% du chiffre d'affaires** avec cet outil. Parmi les solutions de paiement à tempérament, le choix d'intégrer Klarna parmi les options de paiement s'avère gagnant, puisque cette solution BNPL atteint **22% des encaissements**, tandis que **PayPal "Payez en 3 Fois"**, **approche dans certains cas 12% du transat.**

Dans les boutiques en ligne qui vendent des **articles de beauté**, c'est-à-dire des cosmétiques et des produits de soins personnels, PayPal est toujours la plateforme aux volumes les plus intéressants: plus de 26% du total. Parmi les autres instruments de paiement dignes d'intérêt, citons: **iDEAL** dans certains cas, même plus de 7%), **Klarna BNPL** (qui atteint des sommets supérieurs à 6%) et, exclusivement pour le marché italien, **Satispay** (en moyenne environ 5% des volumes).

Le secteur **Voyages&Transports**, avec celui de la mode, est parmi les plus hétérogènes en termes d'adoption d'alternatives de paiement, d'autant plus que beaucoup dépend des marchés de référence vers lesquels se tournent les marchands. Il est intéressant de noter que l'ensemble des paiements A2A (ATM Pay, Giropay, iDEAL, MyBank, Satispay et Sofort by Klarna) correspond **à près de 13% du total transactionnel**. Dans ce secteur, ce sont les paiements tels que Alipay et

iDEAL, destinés respectivement à la **Chine et aux Pays-Bas**, qui enregistrent les volumes les plus importants: **42% et 39% des volumes totaux**. PayPal représente **plus de 21%** des encaissements, toujours en référence aux encaissements totaux de ceux qui ont intégré cet outil, tandis que **MyBank dépasse 11%**.

Par contre, si l'on considère toutes les entreprises qui opèrent dans le domaine B2B, quel que soit le secteur de produits, ceux qui ont intégré PayPal enregistrent avec cet outil environ 24% du chiffre d'affaires. Il est intéressant de noter que PayPal BNPL (paiement en 3 versements) **dépasse 4%** de l'encaissement, lorsqu'il est intégré dans les options de paiement. MyBank, l'outil idéal pour ce domaine, grâce aussi aux limites de montant beaucoup plus élevé que celles typiques des cartes de crédit, s'arrête à un **peu moins de 3%**.

Même les magasins de meubles et de produits pour la maison voient PayPal primer parmi les portefeuilles numériques, avec le chiffre moyen le plus élevé, soit près de **46%** (seule la PGD s'en approche, avec un chiffre légèrement supérieur à 45%) alors que les autres instruments de paiement sont très fragmentés et que les cartes, comme dans tous les autres domaines examinés, restent le mode de paiement privilégié. Pour le secteur de l'assurance (Insurance), les frais récurrents du **prélèvement SEPA, qui correspondent à environ 7%** des paiements, toujours en termes de volumes.

Conclusions

Trente ans se sont écoulés depuis l'apparition des premières formes de paiement alternatif et, depuis lors, les évolutions dans ce domaine se sont poursuivies sans cesse, surtout ces dernières années. **L'augmentation constante des ventes Ecommerce et le progrès technologique ont rendu les consommateurs, mais aussi les entreprises elles-mêmes, de plus en plus exigeants, même au moment du paiement, en ligne et en magasin.**

C'est précisément pour ces raisons que le marché se tourne vers des solutions de recettes capables de gérer indifféremment des points de vente, des sites Web, des totems, des landing pages et des machines à vendre, pour ne citer que quelques exemples. Dans le même temps, l'offre d'outils alternatifs est en croissance, pour répondre à un public de plus en plus hétérogène, par goût, propension, origine géographique et type de produit ou service acheté.

Les volumes de paiements numériques continueront de croître: d'ici 2027, ils représenteront plus de 9000 milliards de dollars en ligne et près de 6000 milliards de dollars en magasin. Les portefeuilles numériques stimuleront cette croissance à l'échelle mondiale, avec une part de marché de 53% des paiements Ecommerce et 39% des paiements en magasin.

Les observations d'Axerve, qui mettent en évidence l'adoption d'instruments alternatifs dans tous les secteurs de produits, et en particulier dans le secteur de la mode, qui s'avère être l'un des secteurs les plus dynamiques, ont également confirmé: Il suffit de penser que ceux qui ont intégré Klarna ont atteint des pics de transat pouvant **atteindre 54% avec cet instrument.**

Comme nous l'avons vu, il est plausible de s'attendre à un contexte très fragmenté en termes d'offre d'alternatives de paiement pour les années à venir, c'est pourquoi il sera essentiel pour les commerçants de se doter de [platesformes d'encaissement pouvant orchestrer une multitude de solutions](#), dans un écosystème de plus en plus complexe, y compris en termes de "supply chain" des services connexes - acquéreur, solutions de prévention de la fraude, alternatives de paiement intégrées - dans lequel il sera essentiel de savoir se déplacer rapidement, pour optimiser les ventes et réduire les coûts.

Sources

1. [FinTech - In-depth Market Insights & Data Analysis | Statista, 2022](#)
2. [Global Consumer Survey | Statista, novembre 2022](#)
3. [The Global Payment Report 2022 | Worldpay, 2022](#)
4. [Global Consumer Survey | Statista 2022](#)
5. [Number and share of merchants who use Klarna as a buy now pay later | BuiltWith e Statista, 2022](#)
6. [US Buy Now, Pay Later \(BNPL\) Payment Value 2021-2026 | MAG e eMarketer, 2022](#)
7. [Accelerating Digital Payments in Latin America and the Caribbean | IDB Lab e World Economic Forum, 2022](#)
8. [Global Initiative towards post-COVID-19 resurgence of the MSME sector | United Nations Development Account Project 2023W](#)
9. [Most popular mobile shopping apps among mobile shoppers in South Korea in 2021 | Opensurvey, 2021](#)
10. [Preferred payment methods in Japan as of January 2021 | MMD Labo, 2021](#)
11. [3rd Commission for further promotion of cashless payments in small and medium-sized stores FY 2021 | METI, 2021](#)
12. [Best cashless payment options in Japan: what they are and how to use them | timeout.com, 2022](#)
13. [Digital payments in Indonesia | Statista, 2022](#)
14. [Market share of cash, credit cards, and other payment methods at point of sale \(POS\) in Thailand in 2017, 2019, 2020 and 2021 | Statista, 2022](#)
15. [The Asia Pacific online payment market | PPRO, 2021](#)
16. [Distribution of online payment methods in selected African countries as of 2021 | PPRO, 2021](#)
17. [Study on the payment attitudes of consumers in the euro area \(SPACE\) | BCE, 2022](#)
18. [Paying with Bitcoin: These are the major companies that accept crypto as payment](#)
19. [Merchants getting ready for crypto | Deloitte e PayPal, 2021](#)

www.axerve.com/fr

