

# PAIEMENTS B2B

LES FONDEMENTS DES  
PAIEMENTS DES ACHETEURS  
ET DES FOURNISSEURS

# 101



Moneris 

PRÊT POUR LES PAIEMENT

# Les transactions derrière le succès commercial

Lorsque nous pensons aux paiements, nous pensons généralement aux transactions entre les entreprises et les consommateurs (B2C). Toutefois, l'écosystème des paiements ne se limite pas qu'aux consommateurs : les entreprises ont besoin de biens et de services pour procéder à leurs activités.

Les transactions des entreprises ont souvent une valeur bien plus élevée que celle des transactions des consommateurs, et elles sont traitées au moyen d'un système de paiement plus complexe. Les biens et les services dont les entreprises ont besoin sont aussi variés que leur domaine, et peuvent comprendre l'acquisition de matières premières, de fournitures, d'énergie, de transport ou de services professionnels.



Ce document permet de brosser un tableau général du monde complexe des paiements B2B (interentreprises). Il décrit les méthodes de paiement possibles pour les transactions B2B et fournit aux entreprises les connaissances nécessaires pour prendre des décisions éclairées en matière de paiement.

## LES TROIS VÉRITÉS

# Ce que les entreprises doivent savoir

UN

## Les entreprises sont à la fois des acheteurs et des fournisseurs

Les entreprises vendent des biens et des services, mais elles doivent aussi agir à titre d'acheteuses pour obtenir les ressources dont elles ont besoin.

DEUX

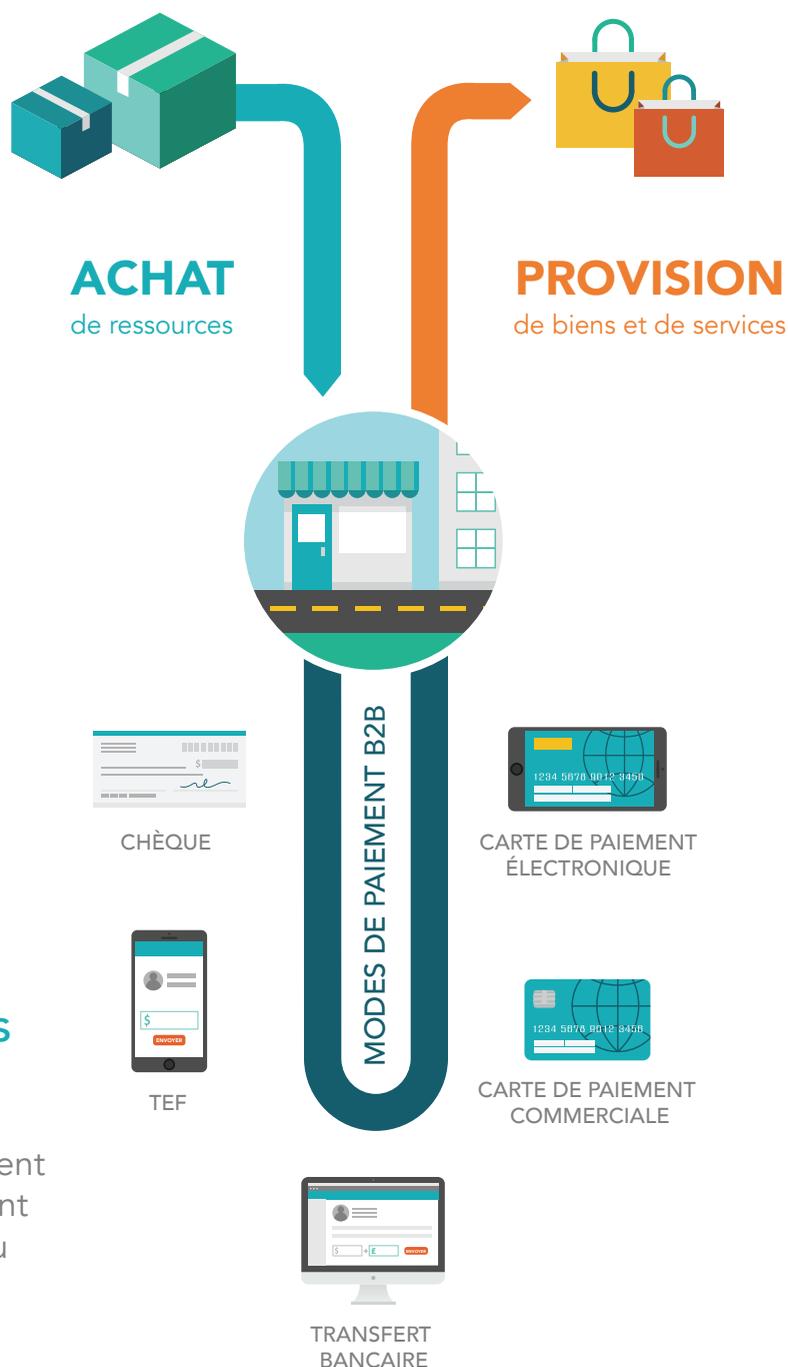
## Il existe différentes options de paiement B2B

Les entreprises peuvent évaluer les méthodes de paiement et choisir celle qui répond le mieux à leurs besoins.

TROIS

## L'écosystème des paiements B2B est en transition

Les entreprises utilisent plus fréquemment des méthodes électroniques, notamment les cartes de paiement, pour acheter ou vendre des biens et des services.



## ÉCOSYSTÈME DES PAIEMENTS B2B

# Le fonctionnement des paiements B2B

Dans une transaction B2B, il y a une entreprise qui achète et une entreprise qui fournit.

### ACHETEUR

▶ Une entreprise qui achète des biens et des services pour un usage commercial est un acheteur.



Une entreprise qui fournit des biens et des services pour un usage commercial est un fournisseur.

### FOURNISSEUR

Pour toute transaction, une entreprise, l'acheteur, achète des biens et des services d'une autre entreprise, le fournisseur.

Comme énoncé précédemment, une entreprise existe pour vendre des biens ou des services, mais elle a aussi besoin d'acheter des matériaux et des services afin de procéder à ses activités. Ce système interconnecté d'acheteurs, de fournisseurs et de leurs rôles changeants constitue l'écosystème des paiements B2B.

Les exemples suivants montrent cet écosystème en action; voici comment une entreprise utilise les paiements B2B.

## EXEMPLES DE PAIEMENTS B2B

# Le processus en action

### EXEMPLE UN

## Wheat & Grain Canada

Wheat & Grain Canada est un producteur de céréales de taille moyenne. L'entreprise plante et cultive du blé, qui est ensuite transporté et transformé en produits alimentaires pour les consommateurs.

Pour ce faire, et pour obtenir les ressources dont elle a besoin pour récolter ses cultures, Wheat & Grain Canada doit acheter ses fournitures et ses services auprès d'autres entreprises. Pour travailler les champs, les employés de l'entreprise ont besoin de tracteurs et de machinerie provenant de fabricants spécialisés en équipement agricole. Dans ce cas, Wheat & Grain Canada est l'acheteur, car elle achète des biens de ses fournisseurs.

Par la suite, Wheat & Grain Canada vend ses produits céréaliers à d'autres transformateurs, comme des silos ou des moulins à blé, qui transforment le blé en farine. Dans cette situation, Wheat & Grain Canada est le fournisseur, car elle est payée pour ses produits de blé.



### EXEMPLE DEUX

## CAN Accounting

CAN Accounting est un cabinet comptable qui travaille directement avec les entreprises de taille moyenne. Cette entreprise aide ses clients à préparer leurs états financiers ainsi qu'à remplir leurs déclarations de revenus, et elle offre des services d'audit et d'évaluation.



Le personnel de CAN Accounting a besoin de technologie pour travailler et répondre aux demandes des clients. Conséquemment, l'entreprise est un acheteur, car elle achète du matériel technologique, comme des ordinateurs, des imprimantes et des téléphones, et le commerçant de technologie commerciale est le fournisseur.

Lorsqu'elle travaille avec des clients, CAN Accounting offre ses services de comptabilité à diverses entreprises en échange d'un certain montant d'argent. Pour ces transactions, CAN Accounting est le fournisseur de services de comptabilité, et l'entreprise cliente qui reçoit les services de comptabilité est l'acheteur.

## OPTIONS DE PAIEMENT B2B

# La façon dont les entreprises paient et sont payées

La façon dont l'argent est échangé entre les acheteurs et les fournisseurs influence les activités commerciales des deux parties impliquées dans la transaction.

Dans l'économie B2B canadienne d'aujourd'hui, évaluée à 2,8 mille milliards de dollars, les entreprises peuvent effectuer des transactions au moyen de méthodes traditionnelles en papier, comme les chèques, ou bien au moyen de méthodes numériques, notamment les transferts électroniques de fonds, les transferts bancaires, les cartes de paiement commerciales et les cartes de paiement électroniques.

### CHÈQUE

Une ordonnance d'instructions donnée par le signataire du chèque à son institution financière de payer un certain montant à une autre partie.

### TRANSFERT ÉLECTRONIQUE DE FONDS (TEF)

Un système transférant les fonds d'un compte bancaire à un autre par voie électronique au moyen de systèmes informatiques bancaires.

### TRANSFERT BANCAIRE

Un service qui autorise l'envoi électronique d'importantes sommes d'argent d'une entité à une autre. Ce dernier peut se dérouler entre deux comptes bancaires ou au moyen d'un transfert d'argent comptant dans une caisse.

### CARTE DE PAIEMENT COMMERCIALE

Une carte physique en plastique qui permet d'acquérir des biens et des services pour répondre aux besoins d'une entreprise.

### CARTE DE PAIEMENT ÉLECTRONIQUE

Une carte de paiement virtuelle. La carte n'existe pas physiquement — elle est seulement présente en ligne — mais un numéro de carte à 16 chiffres, une date d'expiration et un numéro de vérification (NVC) lui sont tout de même attribués.

Le type de paiement choisi dépend de ce que le fournisseur est prêt à accepter et de la façon dont l'acheteur préfère payer.

Ces choix se répercutent sur le bénéfice net d'une entreprise, car ils influencent les fonds de roulement, les risques, l'efficacité et les coûts d'une entreprise. Il est donc essentiel de comprendre toutes les options offertes.

Le tableau ci-dessous décrit comment maximiser les facteurs qui auront une incidence positive sur l'entreprise tout en minimisant les coûts et les risques, et ce, du point de vue d'un fournisseur.

<sup>1</sup> Visa Commercial Consumption Expenditure Index; Economist Intelligence Unit (EIU) modelling and analysis, octobre 2014

## PAIEMENTS B2B

# Songez à vos options

		RISQUE	COÛT	FONDS DE ROULEMENT	EFFICACITÉ
<b>IDÉAL</b>	 <b>OBJECTIF</b>	FAIBLE	FAIBLE	ÉLEVÉ	GRANDE
	 <b>CHÈQUE</b>	ÉLEVÉ	MOYEN	FAIBLE	FAIBLE
	 <b>TEF</b>	FAIBLE	FAIBLE	MOYEN	MOYEN
	 <b>TRANSFERT BANCAIRE</b>	FAIBLE	ÉLEVÉ	MOYEN	FAIBLE
<b>MEILLEUR</b>	 <b>CARTE DE PAIEMENT COMMERCIALE</b>	FAIBLE	MOYEN	ÉLEVÉ	GRANDE
	 <b>CARTE DE PAIEMENT ÉLECTRONIQUE</b>	FAIBLE	MOYEN	ÉLEVÉ	GRANDE

### RISQUE

Le risque que le paiement ne soit pas reçu pour les biens et les services fournis. Les méthodes de paiement plus sécuritaires comportent de plus faibles risques.

### FONDS DE ROULEMENT

L'argent liquide qu'une entreprise peut utiliser dans ses activités quotidiennes. Des paiements plus rapides entraînent un fonds de roulement plus élevé.

### COÛT

Le coût complet qu'une entreprise doit payer pour recevoir son paiement. De faibles coûts entraînent des revenus plus élevés.

### EFFICACITÉ

Les efforts commerciaux requis pour conclure la transaction. Une plus grande efficacité améliore les processus opérationnels.

# L'avenir des paiements B2B

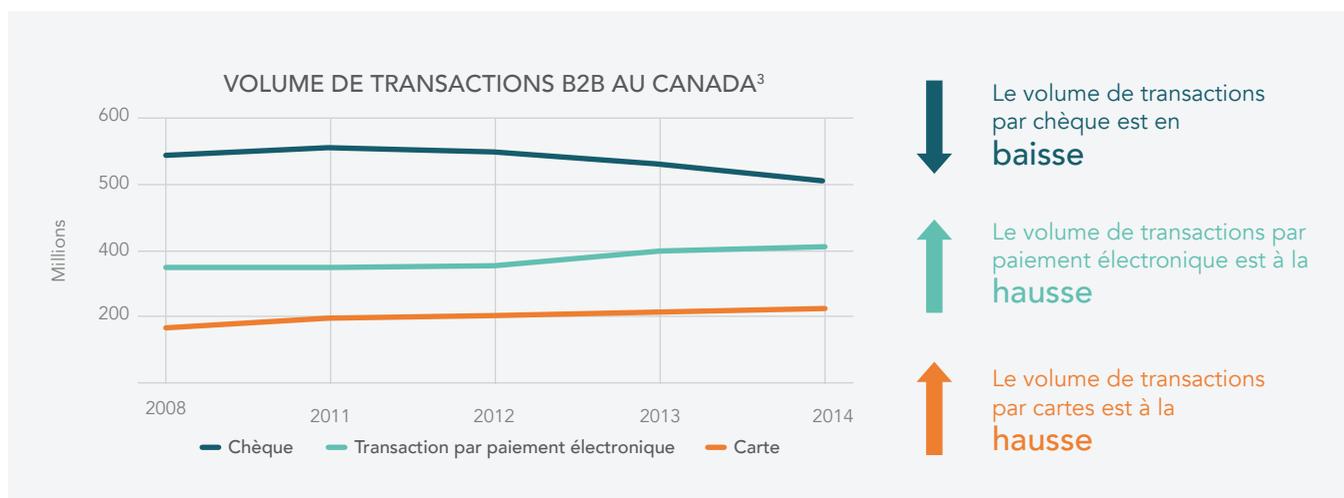
Bien que les entreprises aient de nombreux facteurs à prendre en considération lorsqu'elles évaluent les paiements, leurs décisions sont aussi influencées par le monde du paiement.

Les innovations du monde de la technologie numérique ont mis l'accent sur les méthodes de paiement électroniques. Toutefois, les marchés B2B et B2C n'ont pas adopté ces méthodes au même rythme.

Pour le marché B2C, les entreprises cherchent à répondre à la demande des consommateurs qui désirent des options de paiement novatrices, ce qui augmente la popularité des méthodes comme les paiements mobiles ou sans contact. Au Canada, les dépenses engendrées par les paiements sans contact ont plus que doublé en glissement annuel<sup>2</sup>.

Quant à lui, le marché B2B n'a pas suivi cette tendance. En ce moment, près de la moitié des transactions B2B sont payées par chèques, l'autre moitié étant formée des paiements par transferts électroniques de fonds et par cartes de paiement<sup>3</sup>.

**Toutefois, la demande des acheteurs B2B pour les options de paiement numériques est à la hausse en raison des avantages commerciaux, tout comme l'adoption des paiements numériques de ce secteur.**



La prévalence des paiements par chèques démontre la transition plus lente du marché B2B vers des méthodes de paiement numériques plus modernes. Dans le marché B2C, les chèques ne constituent que 5 % du volume de transactions<sup>4</sup>.

Bien que sa transition ait été plus lente, le monde des paiements B2B évolue alors que les entreprises s'adaptent à l'environnement de plus en plus numérique.

<sup>2</sup> MonerisMetrics, T3 2016. (20 octobre 2016)

<sup>3</sup> « Le système de paiements au Canada – Préparé pour le Groupe de travail sur l'examen du système de paiements », Deloitte & Touche LLP (septembre 2010); Statistiques annuelles 2012-2014 de l'Association canadienne des paiements; Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries, Canada – Figures for 2014, December 2015 de la Bank of International Settlements

<sup>4</sup> Tompkins, M. (décembre 2015). Méthodes de paiement et tendances des paiements au Canada : 2015 (document de travail). Consulté le 1er novembre 2016 sur le site Web de l'Association canadienne des paiements : <https://www.paiements.ca/renseignements-sur-lindustrie/notre-recherche/m%C3%A9thodes-de-paiement-et-tendances-des-paiements-au>

## ÉLÉMENTS ESSENTIELS À RETENIR

# L'optimisation de vos paiements

Dans un monde numérique, les paiements B2B commencent à suivre les tendances et à utiliser les transactions électroniques.

De nombreux acheteurs sont prêts à payer avec des méthodes de paiement numérique, particulièrement les cartes de paiement, afin de tirer profit des avantages pour leur entreprise, comme plus de sécurité, des délais de paiement plus élevés, des rabais et des points de fidélité.

Du point de vue d'un fournisseur, accepter les paiements par cartes comporte de nombreux avantages :



### Paiements plus rapides

Les fournisseurs peuvent recevoir leurs paiements aussi tôt que le prochain jour ouvrable, ce qui permet à l'entreprise de profiter plus rapidement de son argent et d'augmenter son fonds de roulement. Les autres méthodes de paiement, comme les chèques, peuvent entraîner un délai de réception des paiements pouvant atteindre 60 jours.



### Processus amélioré

Accepter les paiements par carte facilite les règlements de fonds et permet d'économiser du temps lors de l'intégration de nouveaux clients, car il n'est plus nécessaire de vérifier les antécédents. Cette méthode permet aussi d'améliorer le rapprochement des processus des comptes clients grâce à l'automatisation et aux rapports.



### Réduction des risques

Accepter les paiements par carte réduit les risques associés au traitement des chèques en raison de la certitude de recevoir le paiement et d'un accès aux fonds plus rapide.



### Augmentation des ventes

Offrir des options de paiement pratiques, comme les cartes de paiement, peut aider les fournisseurs à élargir leur clientèle, et les acheteurs utilisant des cartes commerciales peuvent améliorer leur pouvoir d'achat.

La finalité de ce document électronique est de vous aider à évaluer votre stratégie relative aux paiements afin d'aider votre entreprise à améliorer ses activités et à continuer de répondre aux demandes des clients.

Il est possible d'optimiser vos paiements et d'en tirer profit. Un représentant Moneris<sup>MD</sup> peut vous aider à trouver les solutions idéales pour votre entreprise.

**Pour obtenir de plus amples renseignements,  
composez le 1 866 943-8929 ou visitez [moneris.com/B2B](https://moneris.com/B2B).**

<sup>MD</sup> MONERIS et MONERIS PRÊT POUR LES PAIEMENTS & dessin sont des marques de commerce déposées de Corporation Solutions Moneris. Toutes les autres marques de commerce et marques de commerce déposées appartiennent à leurs titulaires respectifs.

© 2016 Corporation Moneris Solutions, 3300, rue Bloor Ouest, Toronto (Ontario), M8X 2X2. Tous droits réservés.

Il est interdit de reproduire ou de diffuser le présent guide, que ce soit en partie ou en totalité, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, y compris par photocopie, sans l'autorisation de Corporation Solutions Moneris (« Moneris »). Ce document est uniquement fourni à titre informatif et ne représente pas des conseils personnalisés en finances, en marketing, en comptabilité ou en fiscalité. Ni Moneris ni l'un des membres de son groupe n'est responsable de tout dommage direct, indirect, accessoire, consécutif ou exemplaire découlant de l'utilisation de tout renseignement contenu dans le présent document. Ni Moneris ni l'un des membres de son groupe ne garantit ni ne fait de déclaration concernant l'utilisation ou les résultats découlant de l'utilisation des renseignements, du contenu et du matériel se trouvant dans le présent article en ce qui a trait à leur bien-fondé, leur exactitude, leur habileté ou autrement.