PARAMOUNT COMMERCE

2026 EDITION

Canadian Payment Trends

How trust, security & flexibility are shaping customer preference at checkout.

PARAMOUNT COMMERCE

Table of Contents

2. Executive Summary
3. How Canadians are Paying in 2025
4. Online shoppers are considering alternative payment methods
5. Pay by bank: a smarter way to pay
6. Online shoppers are considering alternative payment methods
7. Influencing payment choice at checkout
8. The power of payment variety
9. Educate and inform Canadian customers
10. The best way to accept Interac® payments in 2026

Executive summary

Canadians made 22.5 billion payments in 2024, valued at $12.2 trillion, reflecting a 3% year-over-year growth in both volume and value. Payment choice continues to diversify as consumers balance convenience, security, and trust across cards, digital wallets, and emerging methods like pay by bank.

Credit and debit cards remain dominant and continue to grow, while online transfers (including Interac e-Transfer®) show the fastest five-year growth in both volume and value. Contactless and mobile payments also saw double-digit gains in 2024.

This report explores how Canadians choose to pay—and how businesses can reduce abandonment, build trust, and capture more conversions at checkout.

Key Findings

- Online transfer payments grew 16% in volume and 23% in value in 2024, underscoring Canada's shift toward real-time, account-based payments.
- 60% of customers use more than one payment method, reinforcing growing demand for backup options.
- 75% of consumers prefer credit cards, but reliance on digital wallets and online transfers continues to rise.
- Contactless and mobile payments surged, with mobile contactless up 28% in volume and 40% in value year over year.

The best way to accept Interac® payments in 2026

Cart abandonment isn't always about price, sometimes it's about trust. Customers hesitate to complete their purchase when cards fail, security feels questionable, and fees are unclear. That's why they're exploring alternatives and why payment choice matters more than ever.

Credit cards take the lead

Credit cards remain the top online payment method, especially for older generations and shoppers making large online purchases.

Digital wallets for on-the-go

Digital wallets like Apple Pay, Google Pay, and PayPal are popular for mobile shopping, but 90% of wallets are still funded by credit cards.

Pay by bank on the rise

Interac e-Transfer grew 175% over five years because of strong consumer familiarity and comfort with pay by bank payments.

INSIGHTS

Our research showed that the majority of customers prefer having a backup payment method if their preferred card is not accepted, rejected, or over its limit.

Online shoppers are considering alternative payment methods

Customers today expect faster, safer, and more flexible payment options, both in person and online. The convenience of cards and digital wallets helps meet these expectations, but customers are also thinking about:

- Potential security risks: exposing sensitive information when inputting card details, especially with new or unfamiliar online stores. 76% of shoppers worry about fraud when making a purchase.
- Transaction fees: as fees rise, customers increasingly notice and question added costs.
- Card rejections or limitations: the need for alternative payment options when primary cards face rejections or insufficient funds

As a result, Canadian shoppers are open to new ways to pay, as long as they feel personal information is safe, the experience is user-friendly, and there are no hidden fees.

Pay by bank: a smarter way to pay

Pay by bank enables customers to pay online directly from their bank account—no cards, no app switching, just secure, real-time payments. In Canada, Interac e-Transfer® is one of the most recognized pay by bank solutions, especially its Request Money feature. This service lets businesses collect payments in real time by securely prompting customers to complete the payment via their bank's app or website.

With **online transfers growing 16% in volume in 2024**, pay by bank is quickly becoming a go-to option for both businesses and consumers.

Why businesses love it

- Lower fees than cards and wallets
- No chargebacks and reduced fraud
- Real-time payments means better cash flow
- Boosts conversion, especially for big-ticket buys
- Increased reach = more sales

Why customers use it

- No card details or passwords to remember
- Bank-level security, every time
- Real-time payment confirmation
- Spend directly from your account—great for budgeting
- Familiar, trusted experience

INSIGHTS

A deep dive in the data reveals that a majority of Canadians (58%) perceive Interac e-Transfer to be a secure payment method compared to 41% for PayPal Transfers.

Influencing payment choice at checkout

Understanding what drives a consumer's choice at checkout is critical for Canadian eCommerce businesses looking to reduce cart abandonment and increase conversions. Shoppers weigh multiple factors when selecting a payment method, ranging from security and trust to transaction size and payment limitations.

- **Security and trust:** Increasing fraud concerns have made shoppers more cautious online. They look for clear security signals, prefer to share less personal information, and expect protections like two-step authentication.
- **Transaction size:** Credit cards remain the go-to option for higher-value purchases, while bank-based payment methods gain traction for everyday mid-sized purchases.
- **Payment failures:** When a transaction fails due to insufficient funds or limits, many shoppers switch to a backup payment method to complete their purchase. Online bank transfers are frequently that second choice.

Key Findings

79%

of Canadians limit the amount of personal information they share when buying online.

65%

two-step authentication usage rose to 65%, reinforcing that Canadians value secure login flows.

13%

of Canadians experienced payment fraud over a six-month period.

The power of payment variety

The takeaway for online retailers is clear: failing to offer diverse payment options can lead to lost sales.

36%

of customers lose confidence in a retailer if their preferred payment method isn't available.

21%

of online shoppers report frustration when their preferred payment method is not accepted.

Through diversification of payment methods, online retailers can:

- Reduce abandoned purchases
- Meet customer expectations and build trust
- Serve broader customer segments
- Drive higher sales and lower processing costs

Ecommerce businesses that offer a diverse range of payment options, clearly communicate security measures, and integrate emerging methods like pay by bank are better positioned to meet evolving customer preferences and drive growth in 2025.

Educate and inform customers

While Canadian customers prioritize credit cards and digital wallets, many in our study showed a willingness to try pay by bank for their online purchases. A significant **60%** of customers stated they would use pay by bank if they were provided with a clear description of the service. This highlights the importance of transparent communication.

Pay by bank offers businesses the ability to eliminate chargebacks and save up to 50% on payment fees compared to credit cards.

By accepting this form of payment on the cashier and leveraging the familiarity and trust Canadians have with the Interac® brand, businesses can encourage customers to pay with real-time funds.

Best practices for highlighting the benefits of pay by bank:

- Use visual cues like checkmarks, badges, or “Recommended” tags to build trust and guide decision-making
- Provide a clear description of pay by bank using simple, jargon-free language at checkout.
- Emphasize security by reassuring customers that no banking details are stored.
- Leverage the Interac brand as a trust signal, including phrases like “bank-level security”

The best way to accept Interac® payments in 2026

Cart abandonment isn't always about price, sometimes it's about trust. Customers hesitate to complete their purchase when cards fail, security feels questionable, and fees are unclear. That's why they're exploring alternatives and why payment choice matters more than ever.

36%

of customers lose confidence if their preferred payment method isn't available.

43%

of customers will abandon their cart if their preferred payment method isn't available.

To win the sale, you need to offer a checkout experience that's fast, familiar, and secure. That means including not just credit cards and digital wallets, but also emerging options like pay by bank.

Want to reduce cart abandonment and reach more Canadians? Add Interac e-Transfer to your checkout with Paramount Commerce. Talk to our team today.

PARAMOUNT COMMERCE

About Paramount Commerce

Paramount Commerce is on a mission to simplify payments and is Canada's leading pay by bank partner. Our patented technology is trusted by millions of consumers and has processed over $100 billion in volume. With features like one-click payments, robust risk management, seamless integration, and over 20 years of experience, Paramount Commerce creates exceptional experiences for merchants and consumers alike.

To learn more, visit paramountcommerce.com.

PARAMOUNT COMMERCE

References

- Retail Council of Canada, Interac® Corp., and Hill & Knowlton, Payments Canada
- Adyen.com, Index Reports, Consumer Survey Canada
- Checkout.com, 2025 eCommerce Trends in Canada: mobile, cross border and payment insights

Interac and Interac e-Transfer are registered trademarks and the Interac logo is a trademark of Interac Corp. Used under license.

© 2026 Paramount Commerce. All rights reserved.

PARAMOUNT COMMERCE

2026 ÉDITION

Tendances de paiement au Canada

Comment la confiance, la sécurité et la flexibilité façonnent les préférences des clients au moment du paiement.

PARAMOUNT COMMERCE

Table des matières

2. Résumé exécutif
3. Comment les Canadiens paieront en 2025
4. Les acheteurs en ligne envisagent des modes de paiement alternatifs.
5. Payer par virement bancaire : une façon plus intelligente de payer
6. Les acheteurs en ligne envisagent des modes de paiement alternatifs.
7. Influencer le choix du mode de paiement à la caisse
8. Le pouvoir de la variété des paiements
9. Éduquer et informer les clients canadiens
10. La meilleure façon d'accepter les paiements Interac[MD] en 2026

Résumé exécutif

Les Canadiens ont effectué 22,5 milliards de paiements en 2024, pour une valeur de 12 200 milliards de dollars, ce qui représente une croissance de 3 % par rapport à l'année précédente, tant en volume qu'en valeur. Les choix de paiement continuent de se diversifier, les consommateurs privilégiant la commodité, la sécurité et la confiance entre les cartes, les portefeuilles numériques et les nouvelles méthodes comme le paiement par virement bancaire.

Les cartes de crédit et de débit demeurent prédominantes et continuent de croître, tandis que les virements en ligne (dont Virement Interac[MD]) affichent la plus forte croissance sur cinq ans, tant en volume qu'en valeur. Les paiements sans contact et mobiles ont également connu une croissance à deux chiffres en 2024.

Ce rapport examine comment les Canadiens choisissent de payer et comment les entreprises peuvent réduire les abandons de panier, établir la confiance et obtenir davantage de conversions au moment du paiement.

Principales conclusions

- Les paiements par virement en ligne ont augmenté de 16 % en volume et de 23 % en valeur en 2024, soulignant la transition du Canada vers des paiements en temps réel basés sur un compte.
- 60 % des clients utilisent plus d'un mode de paiement, ce qui renforce la demande croissante d'options de secours.
- 75 % des consommateurs préfèrent les cartes de crédit, mais le recours aux portefeuilles numériques et aux virements en ligne continue de progresser.
- Les paiements sans contact et mobiles ont connu une forte hausse, les paiements mobiles sans contact augmentant de 28 % en volume et de 40 % en valeur d'une année à l'autre.

La meilleure façon d'accepter les paiements Interac[MD] en 2026

L'abandon de panier n'est pas toujours lié au prix, mais parfois aussi à un manque de confiance. Les clients hésitent à finaliser leur achat lorsque leur carte est refusée, que la sécurité leur semble douteuse ou que les frais ne sont pas clairs. C'est pourquoi ils recherchent des alternatives et pourquoi le choix du mode de paiement est plus important que jamais.

Les cartes de crédit prennent les devants

Les cartes de crédit demeurent le principal moyen de paiement en ligne, surtout pour les générations plus âgées et les acheteurs qui font des achats importants en ligne.

Portefeuilles numériques pour les déplacements

Les portefeuilles numériques comme Apple Pay, Google Pay et PayPal sont populaires pour les achats mobiles, mais 90 % d'entre eux sont encore alimentés par des cartes de crédit.

Les paiements par banque augmentent

Les virements électroniques Interac ont connu une croissance de 175 % en cinq ans grâce à la familiarité et au confort des consommateurs avec les paiements bancaires.

CONNAISSANCES

Notre étude a montré que la majorité des clients préfèrent avoir un mode de paiement de secours au cas où leur carte préférée ne serait pas acceptée, serait refusée ou aurait dépassé sa limite.

Les acheteurs en ligne envisagent des modes de paiement alternatifs.

Aujourd'hui, les clients exigent des options de paiement plus rapides, plus sûres et plus flexibles, autant en magasin qu'en ligne. La commodité des cartes et des portefeuilles numériques contribue à répondre à ces attentes, mais les clients tiennent également compte :

- Risques potentiels pour la sécurité: divulgation de renseignements sensibles lors de la saisie des données bancaires, notamment sur les sites marchands nouveaux ou inconnus. 76 % des consommateurs craignent la fraude lors de leurs achats.
- Frais de transaction: à mesure que les frais augmentent, les clients remarquent et s’interrogent de plus en plus sur les coûts supplémentaires.
- Rejets ou limitations de carte: nécessité de prévoir des solutions de paiement alternatives lorsque la carte principale est rejetée ou que les fonds sont insuffisants.

Par conséquent, les consommateurs canadiens sont ouverts à de nouveaux modes de paiement, pourvu qu'ils soient certains que leurs renseignements personnels sont protégés, que l'expérience est conviviale et qu'il n'y a pas de frais cachés.

Payer par virement bancaire: une façon plus intelligente de payer

Le paiement par virement bancaire permet aux clients de payer en ligne directement à partir de leur compte bancaire. Pas de cartes, pas de changement d'application, seulement des paiements sécurisés et instantanés. Au Canada, le virement Interac[MD] est l'une des solutions de paiement par banque les plus reconnues, notamment grâce à sa fonction Demande de fonds. Ce service permet aux entreprises d'encaisser des paiements en temps réel en invitant leurs clients, de façon sécurisée, à effectuer le paiement via l'application ou le site Web de leur banque.

Avec **une croissance de 16 % du volume des transferts en ligne en 2024**, le paiement par virement bancaire s'impose rapidement comme une option incontournable pour les entreprises et les consommateurs.

Pourquoi les entreprises l'adorent

- Des frais moins élevés que les cartes et les portefeuilles électroniques
- Réduction des rétrofacturations et réduction de la fraude
- Les paiements en temps réel améliorent la trésorerie.
- Augmente le taux de conversion, surtout pour les achats importants.
- Une portée accrue = plus de ventes

Pourquoi les clients l'utilisent

- Pas besoin de se souvenir des détails de votre carte ni de votre mot de passe.
- Une sécurité de niveau bancaire, à chaque fois.
- Confirmation du paiement en temps réel
- Dépensez directement à partir de votre compte—idéal pour gérer votre budget
- Expérience familière et fiable

CONNAISSANCES

Une analyse approfondie des données révèle qu'une majorité de Canadiens (58 %) perçoivent le virement Interac comme une méthode de paiement sécurisée, comparativement à 41 % pour les virements PayPal.

Influencer le choix du mode de paiement à la caisse

Pour les entreprises de commerce électronique canadiennes qui cherchent à réduire l'abandon de panier et à augmenter les conversions, il est essentiel de comprendre ce qui motive le choix du consommateur au moment du paiement. Les acheteurs tiennent compte de nombreux facteurs lorsqu'ils choisissent un mode de paiement, allant de la sécurité et de la confiance au montant de la transaction et aux limites de paiement.

- **Sécurité et confiance:** face à la recrudescence des fraudes, les consommateurs sont devenus plus prudents en ligne. Ils recherchent des indicateurs de sécurité clairs, préfèrent partager moins d'informations personnelles et exigent des protections comme l'authentification à deux facteurs.

- **Montant des transactions:** Les cartes de crédit demeurent le moyen de paiement privilégié pour les achats de valeur élevée, tandis que les méthodes de paiement bancaires gagnent du terrain pour les achats courants de valeur moyenne.

- **Échecs de paiement:** Lorsqu’une transaction échoue faute de fonds suffisants ou en raison de limites dépassées, de nombreux consommateurs optent pour un mode de paiement de secours afin de finaliser leur achat. Les virements bancaires en ligne constituent souvent cette solution de repli.

Principales conclusions

79 %

Les Canadiens limitent la quantité de renseignements personnels qu'ils partagent lorsqu'ils font des achats en ligne.

65 %

L'utilisation de l'authentification à deux facteurs a augmenté pour atteindre 65 %, confirmant ainsi que les Canadiens accordent une grande importance aux flux de connexion sécurisés.

13 %

un certain nombre de Canadiens ont été victimes de fraude aux paiements sur une période de six mois.

Le pouvoir de la variété des paiements

La leçon à retenir pour les détaillants en ligne est claire:
ne pas offrir d’options de paiement diversifiées peut entraîner une perte de ventes.

36 %

Les clients perdent confiance envers un détaillant si leur mode de paiement préféré n'est pas disponible.

21 %

De nombreux acheteurs en ligne expriment leur frustration lorsque leur mode de paiement préféré n'est pas accepté.

Grâce à la diversification des méthodes de paiement, les détaillants en ligne peuvent:

- Réduire les achats abandonnés
- Répondre aux attentes des clients et bâtir la confiance
- Servir des segments de clientèle plus larges
- Augmentez vos ventes et réduisez vos coûts de traitement

Les entreprises de commerce électronique qui offrent une gamme diversifiée d'options de paiement, communiquent clairement sur les mesures de sécurité et intègrent des méthodes émergentes comme le paiement par virement bancaire sont mieux placées pour répondre à l'évolution des préférences des clients et stimuler la croissance en 2025.

Éduquer et informer les clients

Bien que les consommateurs canadiens privilégient les cartes de crédit et les portefeuilles numériques, plusieurs participants à notre étude se sont montrés disposés à essayer le paiement par virement bancaire pour leurs achats en ligne. Un pourcentage significatif de **60 %** des consommateurs ont déclaré qu'ils utiliseraient ce service s'ils en recevaient une description claire. Cela souligne l'importance d'une communication transparente.

Le paiement par virement bancaire offre aux entreprises la possibilité d'éliminer les rétrofacturations et d'économiser jusqu'à **50 %** sur les frais de paiement par rapport aux cartes de crédit.

En acceptant ce mode de paiement à la caisse et en tirant parti de la familiarité et de la confiance que les Canadiens accordent à la marque Interac[MD], les entreprises peuvent encourager leurs clients à payer en temps réel.

Meilleures pratiques pour mettre en valeur les avantages du paiement par virement bancaire:

- Utilisez des repères visuels tels que des coches, des badges ou des étiquettes « Recommandé » pour instaurer la confiance et guider la prise de décision.
- Fournissez une description claire des options de paiement par virement bancaire en utilisant un langage simple et sans jargon au moment du passage à la caisse.
- Mettez l'accent sur la sécurité en rassurant les clients qu'aucune information bancaire n'est stockée.
- Mettez en valeur la marque Interac comme gage de confiance, notamment en utilisant des expressions telles que « sécurité de niveau bancaire ».

La meilleure façon d'accepter les paiements Interac[MD] en 2026

L'abandon de panier n'est pas toujours lié au prix, mais parfois aussi à un manque de confiance. Les clients hésitent à finaliser leur achat lorsque leur carte est refusée, que la sécurité leur semble douteuse ou que les frais ne sont pas clairs. C'est pourquoi ils recherchent des alternatives et pourquoi le choix du mode de paiement est plus important que jamais.

36 %

les clients perdent confiance si leur mode de paiement préféré n'est pas disponible.

43 %

Les clients abandonneront leur panier si leur mode de paiement préféré n'est pas disponible.

Pour conclure une vente, vous devez offrir une expérience de paiement rapide, intuitive et sécurisée. Cela implique d'inclure non seulement les cartes de crédit et les portefeuilles numériques, mais aussi les nouvelles options comme le paiement par virement bancaire.

Vous voulez réduire les abandons de panier et rejoindre plus de Canadiens ?
Ajoutez le virement Interac à votre processus de paiement avec Paramount Commerce.
Contactez notre équipe dès aujourd'hui.

PARAMOUNT COMMERCE

À propos de Paramount Commerce

Paramount Commerce a pour mission de simplifier les paiements et est le principal partenaire de paiement bancaire au Canada. Notre technologie brevetée est utilisée par des millions de consommateurs et a traité un volume de transactions de plus de 100 milliards de dollars. Grâce à des fonctionnalités comme le paiement en un clic, une gestion rigoureuse des risques, une intégration fluide et plus de 20 ans d'expérience, Paramount Commerce crée des expériences exceptionnelles pour les commerçants et les consommateurs.

Pour en savoir plus, visitez le site paramountcommerce.com.

PARAMOUNT COMMERCE

Références

- Retail Council of Canada, Interac® Corp., and Hill & Knowlton, Payments Canada
- Adyen.com, Index Reports, Consumer Survey Canada
- Checkout.com, 2025 eCommerce Trends in Canada: mobile, cross border and payment insights

Virement Interac, Interac, et le logo Interac sont des marques de commerce d'Interac Corp. Utilisées sous licence.

© 2026 Paramount Commerce. Tous droits réservés.