

# rapport sur les méthodes de facturation

par l'Association  
des consommateurs  
du Canada  
(Toronto)

  
préparé par  
CONSEIL de RECHERCHE  
en CONSOMMATION CANADA  
Ottawa, Canada



## N CONSOMMATION CANADA

Le Conseil de recherche en consommation est un organisme indépendant qui effectue des recherches d'intérêt pour le consommateur. Il est financé par Consommation et Corporations Canada.

### PRÉSIDENT

Michael J. Trebilcock  
Faculté de droit  
Université de Toronto

### MEMBRES

Jean-Louis Baudouin  
Faculté de droit  
Université de Montréal

Karl J. Dore  
Faculté de droit  
Université du Nouveau-Brunswick

Gilbert B. Reschenthaler  
Faculté d'administration des affaires et de commerce  
Université de l'Alberta

Richard E. Vosburgh  
Département des études en consommation  
Université de Guelph

Uni.

QUEEN HG 3756 .C2 C65 1977  
Consumers' Association of Canada  
The billing practices study  
Cette étude  
sommat  
ne sont

# **RAPPORT SUR LES MÉTHODES DE FACTURATION**

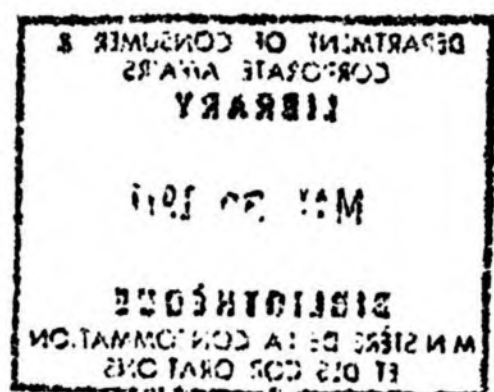


par

**L'Association des  
consommateurs du  
Canada (Toronto)**

Préparé par  
**CONSEIL DE RECHERCHE EN CONSOMMATION CANADA  
OTTAWA**

octobre 1975



Publié par:

Conseil de recherche en consommation Canada  
Case postale 94, succursale A  
Ottawa, Canada  
K1N 8V1

# CONSEIL DE RECHERCHE EN CONSOMMATION CANADA

## MESSAGE DU PRÉSIDENT

Le Conseil de recherches en consommation, créé en 1974 par suite d'une réorganisation des fonctions du Conseil canadien de la consommation, est un organisme de recherche indépendant financé par Consommation et Corporations Canada. Il s'est vu confier le mandat suivant:

1. informer le Ministre et le Ministère sur les travaux de recherches en consommation entrepris dans les universités canadiennes et ailleurs, ainsi que sur les sources d'information en ce qui a trait aux questions particulières d'intérêt aux consommateurs;
2. examiner les propositions de recherches en consommation;
3. faire entreprendre des recherches en consommation, évaluer des recherches accomplies et décider de leur publication, de leur diffusion et de leur présentation au Ministre.

Au cours de la première année de ses activités, le Conseil a dressé un bilan des recherches en cours au Canada dans le domaine de la consommation. Des recherches ont également été commandées et des colloques ont été tenus en vue de définir les priorités en matière de recherches. En 1975, grâce à un budget de \$145,000, des recherches ont été commandées dans les domaines suivants:

Les Professions

Les voies de recours

Les Relations fédérales-provinciales en matière de protection du consommateur

L'information sur les produits et les préférences des consommateurs

Le consommateur et la politique alimentaire canadienne

Accessibilité à l'information gouvernementale

Les entreprises comme groupe d'intérêt au Canada: la politique de concurrence de 1971 à 1975

L'application de la Loi relative aux enquêtes sur les coalitions de 1960 à 1975

Les Pratiques de facturation dans le crédit à la consommation

L'étude comparative de la publicité au Canada

La méthodologie d'évaluation de l'efficacité des programmes de consommation

Les Coopératives de consommation dans les Maritimes.

Ces études sont actuellement l'objet d'un examen par le Conseil en vue de leur publication.

En mars 1976, en raison de la limitation des dépenses du gouvernement, les activités du Conseil ont été suspendues.

Mars 1977.

Le Président,  
  
Michael J. Trebilcock.



## TABLES DES MATIÈRES

|                                                                            | Page |
|----------------------------------------------------------------------------|------|
| Avant-propos . . . . .                                                     | v    |
| Remerciements . . . . .                                                    | vii  |
| Introduction . . . . .                                                     | 1    |
| Définitions . . . . .                                                      | 3    |
| Aspects juridiques . . . . .                                               | 5    |
| 1. Stipulation des modalités avant l'octroi du crédit . . . . .            | 5    |
| 2. Exigences relatives aux relevés périodiques . . . . .                   | 9    |
| 3. Droits civils et pénalités. . . . .                                     | 12   |
| Analyse des formules de demande de carte de crédit . . . . .               | 17   |
| Méthodologie: enquête auprès des compagnies et des consommateurs . . . . . | 25   |
| Résultats de l'enquête auprès des distributeurs de crédit . . . . .        | 29   |
| Résultats de l'enquête menée auprès des consommateurs . . . . .            | 41   |
| Conclusions. . . . .                                                       | 45   |

### Appendices

|               |                                                              |    |
|---------------|--------------------------------------------------------------|----|
| Appendice I   | Questionnaire auquel ont répondu les distributeurs de crédit | 47 |
| Appendice II  | Lettre d'introduction aux membres de l'ACC                   | 49 |
| Appendice III | Lettre d'introduction aux consommateurs non membres de l'ACC | 51 |
| Appendice IV  | Tableau des réponses à l'enquête par téléphone               | 53 |
| Appendice V   | Réponses des consommateurs                                   | 55 |



## AVANT-PROPOS

Organisation bénévole et incorporée, l'Association des consommateurs du Canada (ACC) est une société autonome à but non lucratif.

Son objectif principal est d'assister le consommateur dans ses relations avec le marché. Dans cet optique, elle étudie les problèmes de consommation et élabore des éléments de solutions à ceux-ci qu'elle suggère aux principaux agents économiques: l'État, l'industrie et le public en général.

La section torontoise de l'ACC a reçu de ses membres un nombre significatif de plaintes relatives aux comptes de crédit à la consommation. Par conséquent, elle a entrepris une étude sur les procédés de facturation en usage en vue d'identifier la nature des problèmes et ainsi proposer les mesures rectificatives.

L'étude fut effectuée par une équipe d'étudiants travaillant sous la direction d'un comité de l'ACC et de divers spécialistes. Le rapport de l'étude a été rédigé par deux étudiants en recherche avancée et constitue la majeure partie du présent document. Les opinions exprimées n'engagent que leurs auteurs et ne reflètent pas forcément la politique de l'ACC.

L'ACC de Toronto tient à remercier de leur collaboration

le Conseil de recherches en consommation et le Secrétariat d'État qui ont versé les fonds nécessaires à cette étude ainsi que les personnes dont le nom apparaît sous la rubrique Remerciements, pour le temps et les connaissances qu'elles y ont consacré;

les étudiants-analystes qui ont accompli leurs tâches consciencieusement et avec perspicacité;

les nombreux consommateurs et distributeurs de crédit qui ont accepté de répondre à nos questionnaires.

|               |   |                                                                                                                                                               |
|---------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eydie Troper  | — | Baccalauréat ès Arts, Université de Toronto, 1969<br>Baccalauréat ès Éducation, Université de Toronto, 1974<br>Candidate à la maîtrise, Université York, 1976 |
| Tibor Weisz   | — | Baccalauréat ès Arts, Université de Toronto,<br>Maîtrise ès Arts, Université Columbia,<br>Baccalauréat en Droit, Université de Toronto, 1976                  |
| Donna Warden  | — | Candidate au baccalauréat ès Arts spécialisé,<br>Sciences politiques,<br>Université de l'Alberta, 1976                                                        |
| Mary Miceli   | — | Baccalauréat ès Arts, Université de Toronto,<br>Recherches en gestion de Personnel, Algonquin College                                                         |
| Robert Wappel | — | Étudiant en Droit, Osgoode Hall Law School                                                                                                                    |



## REMERCIEMENTS

Bien des personnes ont participé à la recherche et à la rédaction du présent rapport. Nous tenons à remercier les membres de l'ACC de Toronto qui ont donné de leur temps pour ce projet, soit Donna Warden, Mary Miceli et Robert Wappel pour leur participation à la recherche et Francis Miniter pour la révision du rapport final. Nous désirons également remercier W.J. Beaupré, du *Bureau d'éthique commerciale*, Carne Bray, du *Conseil fédéré des sociétés de financement de ventes*, Don Goudy, du ministère de la Consommation et du Commerce de l'Ontario, Nancy Siller, *analyste en marché*, Ron Thomas, de l'*Association des directeurs de crédit*, et Kay Williams, du ministère fédéral de la Consommation et des Corporations.

Nous sommes également reconnaissants aux professeurs Michael Trebilcock et Jacob Ziegel de la faculté de Droit, et Allan Paull, du département de recherches en gestion, tous de l'Université de Toronto, pour leurs conseils et leur appui. Nous tenons à souligner tout spécialement la collaboration de Michael Brodie du Public Service Committee, Canadian Information Processing Society, dont la compétence et la patience sans bornes nous ont soutenus tout au long de la recherche et de la rédaction de l'ouvrage.

E.T.  
T.W.



## INTRODUCTION

Depuis 30 ans, soit depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale, le crédit à la consommation, tel que nous le connaissons, a pris une telle expansion qu'il est devenu une des principales caractéristiques de notre système économique et que, sans lui, semble-t-il, l'économie serait paralysée. Beaucoup d'économistes et de sociologues tiennent le phénomène toujours croissant qu'est le crédit à la consommation pour responsable des changements survenus au sein de l'économie et dans les habitudes d'achat du consommateur. La rapidité avec laquelle le crédit à la consommation s'est répandu au cours des dernières années est telle qu'il a été impossible jusqu'à maintenant d'en étudier et d'en évaluer tout le potentiel, les avantages et les inconvénients, tant sur le plan social qu'économique. Cette force est tout de même entrée dans notre vie quotidienne pour y rester.

A titre de simple exemple de ses effets, citons le cas du salarié qui, se fiant à son pouvoir d'achat futur, achète un article à crédit, il actualise par le fait même son revenu futur en valeur d'achat immédiate. Ce genre de transaction permet aux détaillants de faire immédiatement plus d'achats puisqu'ils peuvent compter sur les bénéfices futurs découlant des transactions à crédit. Le processus se poursuit au sein du circuit de distribution, avec comme résultat, un montant effectif d'argent en circulation dépassant plusieurs fois la masse monétaire réelle. Cela a en outre des répercussions, d'une part, sur les pressions inflationnistes (alimentées par la confiance dans un revenu à venir) et, autre part, sur la production, en favorisant l'augmentation de celle-ci (une tendance déflationniste puisque les prix peuvent diminuer en proportion de l'accroissement actuel de la production). La détermination de la tendance dominante dépend de bien d'autres éléments et relations qui ne font pas l'objet de la présente étude.

Certaines formes de crédit existent depuis des siècles. Mais le crédit variable est une innovation relativement récente dont nous faisons tous usage. Si nous ne détenons peut-être pas tous une carte de crédit, nous avons au moins un compte courant pour des services publics, tel que le téléphone ou le mazout. En résumé, nous ne savons pas où le crédit nous mènera, mais il n'en fait pas moins partie intégrante de notre vie.

L'objectif de l'étude était d'étudier les questions relatives aux méthodes de facturation. Étant donné la rapide expansion de cette forme de transaction, il est naturel qu'il y ait plus de problèmes. Les plus courants sont: 1) des frais pour un article non acheté 2) un débit impropre pour un article acheté 3) erreurs de crédit au compte 4) un manque d'information sur la méthode de calcul des frais d'administration (par exemple, en fonction du solde mensuel précédent ou du solde mensuel final ou du solde quotidien moyen).

Ces problèmes sont étudiés à la lumière des solutions que proposent actuellement, au Canada, les législations provinciales relatives à la consommation. Il est à noter que les lois en vigueur dans tout le Canada ne sont ni uniformes, ni exhaustives, adoptées hâtivement pour solutionner des problèmes immédiats et ce, sans analyse à profondeur de la situation d'ensemble général.

A l'opposé, le Sénat des États-Unis, grâce à un comité présidé par le sénateur William Proxmire, a étudié dans tous ses détails l'institution américaine du crédit (qui n'est pas tellement différente de celle du Canada): cette étude a entraîné l'adoption, en 1974, du *Fair Credit Billing Act* (Loi sur la facturation honnête en matière de crédit), entré en vigueur en octobre 1975 et modifiant le *Truth in Lending Act* (Loi sur la stipulation des conditions de crédit). Entre autres, la loi prévoit que, si le consommateur croit qu'il y a eu erreur dans son relevé de compte, il peut le contester en

envoyant une lettre au créancier. Tout tentative, directe ou indirecte, de la part de ce dernier en vue de recouvrer le montant contesté doit cesser sur réception de la lettre et le créancier doit y répondre dans les 30 jours qui suivent. La loi traite également des contestations ultérieures. Si le créancier n'observe pas ces dispositions, il pourra être redevable à l'emprunteur du montant des dommages réels causés et passible d'une amende statutaire de \$100 à \$1,000.

Notre étude porte sur deux grands domaines. Nous avons interviewé les distributeurs de crédit en vue de déterminer comment l'industrie envisage les problèmes et, simultanément, nous avons mené une enquête par téléphone auprès des consommateurs pour connaître leur point de vue. Nous avons également analysé la législation actuellement en vigueur au Canada en matière de crédit et tenter d'établir une relation entre celle-ci et les contrats de crédit. Toutefois, l'étude des aspects juridiques a pour but principal de broser un tableau de la protection offerte afin de pouvoir en évaluer raisonnablement l'efficacité.

## DÉFINITIONS

**Nouveau solde:** Cette méthode de calcul des frais d'administration tient compte des paiements reçus et des montants inscrits au crédit avant la date de facturation.

**Solde quotidien moyen:** Cette méthode sert à calculer l'intérêt sur la «moyenne» du solde quotidien du compte. La «moyenne» d'après laquelle l'intérêt sera calculé sera moindre pour l'acheteur qui paie au début du mois que pour celui qui ne paie qu'à la fin.

**Solde précédent:** Cette méthode de calcul des frais d'administration se fonde sur le solde impayé du relevé précédent, indépendamment de tout rajustement découlant d'un paiement ou d'un crédit.

**Tripartite-tripartie:** Dans le cas des cartes American Express et des cartes de crédit bancaires, la transaction implique trois parties: le consommateur, le commerçant et le distributeur de crédit.

**Crédit variable:** Des comptes dont le montant prêté n'est pas fixe. Le montant prêté et la période de paiement sont variables.



## ASPECTS JURIDIQUES

Un des buts de cette étude est de savoir si plus de législation visant la protection du consommateur est nécessaire. Nous avons donc concentré nos recherches sur le *Consumer Protection Act of Ontario* (Loi de l'Ontario sur la protection du consommateur), sans oublier pour autant les lois des autres provinces. L'examen fut, en grande partie, rapide et superficiel; nous n'avons pas étudié à fond toutes les dispositions susceptibles de porter sur les questions de facturation. L'intention première était de clarifier la substance même des dispositions de la loi et, au besoin, de commenter. Lorsque les lois des autres provinces diffèrent sensiblement de celle de l'Ontario, nous l'avons souligné.

Ce qui suit est une comparaison des différentes lois provinciales relatives au crédit variable, mieux connu sous le nom de comptes renouvelables. Notre analyse porte d'abord sur la stipulation des conditions auxquelles le consommateur s'engage au moment de la signature d'un contrat, puis, sur l'information fournie dans les relevés périodiques, et enfin, sur les recours du débiteur en cas de violation de contrat par le créancier.

### 1. STIPULATION DES MODALITÉS AVANT L'OCTROI DU CRÉDIT

#### Alberta

- a. Les conditions du contrat doivent être consignées par écrit;
- b. s'il y a frais en cas de non-paiement, le document fourni doit en indiquer le montant. Le montant de pénalité doit être indiqué sous la forme d'un pourcentage annuel;
- c. les frais d'administration doivent être indiqués:
  - i) à l'aide d'un tableau donnant un exemple de sommes dues et des frais correspondants, en dollars et en cents, et
  - ii) par le pourcentage annuel.

La loi albertaine ne spécifie pas ce qui doit être stipulé sur le contrat et ce qui doit figurer sur le relevé périodique. L'article 5 (5) déclare que le vendeur a observé la loi si les conditions du contrat sont stipulées par écrit et si le contrat, les relevés périodiques et les autres documents fournis par le vendeur à l'acheteur ou l'un ou l'autre de ces documents, précisent clairement les conditions susmentionnées. La loi est extrêmement vague; cependant, il semblerait qu'un vendeur qui stipule les conditions sur n'importe lequel document, pas nécessairement le premier, s'est conformé à la loi. En fait, cela veut dire que le contrat peut être exécuté sans que ses conditions en aient été stipulées. D'autre part, l'article 5 (5) (d) (i) exige que dans le contrat ou le relevé périodique paraissent:

les frais de crédit, si le contrat couché par écrit en prévoit, sous la forme d'une échelle des montants, etc.

On peut conclure que le contrat par écrit doit stipuler au moins les frais de crédit, alors que l'article 5 (5) fait allusion à d'autres stipulations. Il semble que toutes les stipulations doivent figurer sur le contrat. En conclusion, la loi est très vague sur cette question et nous sommes incertain quelle interprétation est la bonne.

## **Colombie-Britannique**

Avant d'autoriser l'octroi de crédit, le prêteur doit fournir une déclaration écrite et précise sur le coût du crédit et

- a. le taux d'intérêt annuel à payer par mois et par année sous la forme d'un pourcentage;
- b. les frais minimums, s'il y a lieu;
- c. une échelle donnant un exemple des montants, en dollars et en cents, demandés pour un solde.

Le texte indique clairement quelles modalités doivent être stipulées. Le moment où elles doivent l'être reste ambigu.

## **Manitoba**

La législation du Manitoba est précise sur un point. Il semblerait qu'aux termes de la loi, lorsque le formulaire de demande est le seul document que voit le consommateur avant de recevoir sa carte de crédit, le texte du contrat, soit la demande acceptée, ne contient pas les stipulations requises. Les stipulations requises sont:

- a. les modalités de versement, soit le nombre de versements et les dates de facturation. La loi ontarienne ne prévoit rien de tel;
- b. le montant du versement minimal exigé;
- c. si ce montant est fonction du solde, la méthode de calcul du versement minimal doit être indiquée. La loi ontarienne ne l'exige pas;
- d. le taux annuel des frais d'administration;
- e. si le montant des frais d'administration périodiques est ajouté au capital, il faut le stipuler;
- f. s'il y a des frais différents pour les montants en souffrance, la méthode de calcul doit être détaillée. Ceci englobe tous les frais imposés lorsque le versement minimal n'est pas fait avant la date d'échéance. La loi ontarienne ne prévoit rien de tel;
- g. un tableau des montants dûs et des frais correspondants, en dollars et en cents, «qui donne un nombre suffisant d'exemples pour bien représenter les frais, en dollars et en cents, exigés pour des comptes en souffrance de tailles diverses. La loi ontarienne ne prévoit rien de tel;
- h. cette dernière stipulation ne doit pas nécessairement être incluse dans le contrat que signe le consommateur mais elle doit lui être signifiée avant la signature du contrat;
- i. le consommateur doit recevoir un exemplaire du contrat avant qu'aucun crédit ne lui soit accordé. La loi ontarienne ne l'exige pas.

## **Maritimes (Nouvelle-Écosse, Nouveau Brunswick, Île-du-Prince-Édouard)**

Nous étudierons les lois de ces provinces ensemble puisque leurs législations se ressemblent. Les statuts de Terre-neuve ne comportaient aucune loi relative à la protection du consommateur au moment de l'étude.

La législation est aussi ambiguë dans les provinces maritimes qu'en Ontario en ce qui a trait au moment où doivent être stipulées les conditions de crédit. La Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick et l'Île-du-Prince-Édouard emploient l'expression «avant d'autoriser le crédit». En outre, elles déclarent que les renseignements ne doivent pas nécessairement figurer sur le contrat signé mais qu'ils peuvent être énoncés dans un autre document. Ces dispositions réunies semblent permettre aux créanciers de ne communiquer les renseignements qu'après l'approbation de la demande de crédit.

Les modalités suivantes doivent être stipulées par écrit:

- a. le taux annuel et les frais minimaux, s'il y a lieu;
- b. une échelle des montants, en dollars et en cents, indiquant les différents intérêts pour divers soldes.

## Québec

Cette loi est formulée avec soin et précision:

- a. le créancier doit fournir au consommateur un exemplaire du contrat où les modalités sont indiquées. Comme elle exige que le contrat figure sur la feuille que le consommateur signe, il est plus probable qu'il le lira;
- b. le contrat doit porter les nom et adresse du créancier/commerçant et ceux du consommateur. Doivent également y figurer: la date et le lieu de la signature;
- c. le contrat doit stipuler la limite fixée de crédit et, s'il n'y a pas de limite, il doit l'indiquer clairement;
- d. le contrat doit préciser la durée des périodes de facturation, autrement dit la fréquence des relevés de compte;
- e. le contrat doit préciser le montant minimal d'intérêt pour chaque période, ou le taux d'intérêt annuel minimal;
- f. le contrat doit préciser le pourcentage de frais sur le solde impayé à la fin de chaque période de facturation;
- g. un tableau d'exemples, en dollars et en cents, pour les frais de service doit être fourni;
- h. seul ce tableau peut être fourni dans un autre document, mais le consommateur doit tout de même en recevoir un exemplaire avant de signer le contrat.

## Saskatchewan

- a. Avant d'octroyer un crédit variable, le distributeur doit fournir par écrit au consommateur les modalités de crédit; (une fois de plus, cette loi est aussi ambiguë que celle de l'Ontario: voir le mot «avant» dans l'exposé juridique). Par conséquent, il n'est pas du tout précisé quand les conditions doivent être stipulées;
- b. les frais minimaux pour chaque période, s'il a lieu, doivent être stipulés;
- c. le taux annuel exigé pour le solde impayé doit également figurer;
- d. un tableau d'exemples, en dollars et en cents, montrant les frais pour les montants dûs doit être fourni.

## Ontario

La loi ontarienne est identique à celle de la Saskatchewan, sauf que l'expression employée à l'égard de la stipulation est «avant d'autoriser l'octroi» au lieu d'«avant d'octroyer».

La législation ontarienne n'exige pas que le consommateur reçoive une copie du contrat avec toutes les modalités indiquées. Par conséquent, le moment où les modalités doivent être stipulées demeure vague. Invariablement, le seul document que le consommateur ontarien signe est le formulaire de demande de carte de crédit de telle sorte qu'il a peu de chance de lire et comprendre les modalités du contrat.

La formulation «avant d'autoriser l'octroi de crédit variable» contenue dans l'article 37 (2) du Consumer Protection Act a abouti à la confusion.

La plupart des formulaires de demande de carte de crédit stipulent que la signature ou l'utilisation de la carte valide le contrat. Si on l'interprète correctement, la demande ne constitue donc pas, en elle-même, une offre (dans le sens juridique), mais seulement une invitation à négocier. C'est l'envoi de la carte de crédit, après vérification de la cote de solvabilité du consommateur, qui constitue l'offre, que le consommateur peut ensuite accepter ou refuser. Par conséquent, l'émetteur de la carte peut prétendre qu'il n'a pas à stipuler les conditions de crédit au moment de la demande, étant donné qu'il n'a pas encore accepté d'accorder de crédit. Il fonde son raisonnement sur le principe que, puisque les conditions de crédit ne sont pas stipulées dans le formulaire de demande, il ne peut y avoir de contrat avant qu'on s'accorde sur ce point essentiel; donc, pas de contrat avant que le consommateur accepte la carte de crédit. Cette interprétation, toutefois, semble dévier des objectifs de la loi. Ainsi, on peut répondre que la demande est une offre acceptée lorsque le créancier remplit sa première obligation, soit l'émission de la carte de crédit. À ce moment, l'émetteur enfreint peut-être l'article 37(2) si la demande ne contient pas l'information requise.

Un autre point qui permettrait de rejeter l'argument du créancier est que l'article 41 de la loi prévoit que le prêteur n'annoncera, de quelque façon que ce soit, les frais de crédit qu'il prélève, ni ne fera annoncer de tels frais, à moins que l'annonce ne comprenne le coût global du crédit et ne soit exprimée conformément aux articles 36 ou 37. L'article s'intitule «*Advertising the Cost of Borrowing*» (La publicité relative au coût du crédit).

L'on peut donc se demander si l'information partielle donnée dans le formulaire de demande représente une annonce du coût. Il serait extrêmement difficile de le nier (ou de nier que c'est écrit ou que le prêteur s'en sert pour annoncer les modalités de crédit). Ainsi, si la demande contient une seule allusion au coût du crédit, le prêteur doit alors observer l'article 37. S'il en est ainsi le prêteur émetteur ferait mieux de ne rien dire du tout. En effet, s'il ne mentionne pas de frais, l'article 41 ne s'applique pas et peut soutenir son argument grâce à l'article 37 (2).

L'intention de la loi est de s'assurer que les consommateurs sont informés. Si les conditions de l'entente ne sont pas stipulées dans le formulaire de demande, ce dernier contient généralement une clause stipulant que l'utilisation de la carte prouvera que le consommateur a reçu et lu le contrat du détenteur et qu'il doit s'y conformer. En fait, si les conditions ne sont pas stipulées dans le formulaire de demande, le client est légalement tenu de respecter le contrat sans en avoir nécessairement pris connaissance; ce n'est certainement pas l'intention de la loi.

Si les modalités de l'entente ne sont pas fournies au moment de la signature du consommateur, il est probable qu'il n'en prendra pas connaissance. Lorsque le consommateur recevra la carte de crédit, il la détachera du document explicatif qu'il jettera. Pour accorder une protection adéquate, la loi devrait déterminer clairement que les renseignements relatifs aux conditions de crédit doivent être stipulés dans la formule de demande.

## Sommaire

Les mesures de protection devant être stipulées avant le contrat qui existent dans certaines provinces, telles le Manitoba et le Québec, mais inexistantes en Ontario, sont:

- a. les frais en cas de paiement en retard;
- b. le taux annuel et mensuel;
- c. le nombre et la date de facturation;
- d. la méthode de calcul du versement minimal;
- e. si les frais de service sont ajoutés au capital, c'est-à-dire composés.

## **2. EXIGENCES RELATIVES AUX RELEVÉS PÉRIODIQUES**

Ce qui suit est une analyse des stipulations qui doivent être faites dans les relevés périodiques envoyés au consommateur pour les comptes de crédit renouvelable.

### **Alberta**

Le relevé doit comprendre:

1. Le solde impayé total dû au vendeur à la date de la facturation;
2. La date et le montant du prochain paiement;
3. Les frais d'administration, en dollars et en cents, réellement demandés.

Il faut indiquer le solde sur lequel sont calculés les frais et le taux réel que ces frais représentent.

La loi ne mentionne nulle part la ventilation du compte ou l'inscription des paiements reçus ou des nouveaux achats et de leurs dates.

La faille la plus évidente dans la loi de l'Alberta est l'omission d'exigences concernant le nombre de relevés périodiques: il appartient au créancier de décider combien de relevés il enverra. Légalement, il pourrait n'en envoyer qu'un par année.

### **Colombie-Britannique**

1. Le relevé doit être envoyé au moins une fois toutes les cinq semaines;
2. Le relevé doit indiquer:
  - a. le solde impayé, au début de la période;
  - b. le montant et la date de chaque achat au cours de la période;
  - c. le montant total versé par l'acheteur au cours de la période;
  - d. le coût de l'emprunt, en dollars et en cents, soit le montant des frais d'administration;
  - e. les frais minimums, s'il y a lieu;
  - f. le taux annuel selon lequel on calcule les frais d'administration;
  - g. un tableau donnant les frais d'administration, en dollars et en cents, pour différents soldes.

Une des failles de la loi de la Colombie-Britannique est qu'elle n'exige pas que les relevés indiquent la nature de ce qui a été acheté. De plus, elle n'exige pas que le solde d'après lequel ont été calculés les frais soit indiqué sur le relevé; en d'autres termes, le consommateur ne peut savoir, à moins de se lancer dans des calculs compliqués, si les frais sont calculés d'après le solde précédent ou celui rajusté signifiant de ce fait que les frais administration sont composés.

### **Manitoba**

La facture, ou relevé périodique, n'est pas du tout mentionnée, ni dans la loi, ni dans le règlement annexé. Ainsi, une des principales sources de problèmes est complètement ignorée.

## **Maritimes (Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard)**

1. Le relevé doit être envoyé au moins une fois toutes les cinq semaines;
2. Doivent y paraître;
  - a. le solde précédent;
  - b. le montant et la date de chaque nouvel achat au cours de la période;
  - c. le paiement reçu au cours de la période;
  - d. le solde impayé à la fin de la période;
  - e. le coût du crédit, en dollars et en cents;
  - f. le taux annuel;
  - g. un tableau de montants, en dollars et en cents.

Plusieurs failles sont apparentes. Elle n'exige pas la ventilation du compte, pas plus qu'apparaisse le solde sur lequel l'intérêt est calculé, qu'il s'agisse du solde précédent ou du solde rajusté. Le consommateur aurait à faire lui-même le calcul. De plus, le règlement permet explicitement le calcul d'après le solde précédent. Le taux nominal indiqué doit être le taux qui donnerait lieu aux frais d'administration s'ils étaient calculés d'après le solde précédent. Ceci revient à dire que même si les frais sont calculés d'après le solde rajusté, le taux stipulé doit être celui qui donnerait ce montant s'il était calculé d'après le solde précédent. Par exemple, supposons que des frais de 18 % sur un solde rajusté entraîne des frais d'administration de \$X. Aux termes du règlement, le taux indiqué sera celui qui donnera \$X s'il est calculé sur le solde précédent. Ce taux peut être seulement de 16 %, si  $16 \% \text{ sur le solde précédent} = 18 \% \text{ sur le solde rajusté} = \$X$ , étant donné que le solde rajusté tient compte des paiements reçus. Cette politique semble avoir pour effet de rendre obligatoire la méthode de calcul sur le solde précédent et il est difficile de comprendre pourquoi une loi visant la protection du consommateur le ferait.

## **Québec**

1. De l'intervalle entre chaque relevé et aucune exigence sur la ventilation du relevé;
2. À la fin de la période, le relevé doit indiquer:
  - a. la date de la fin de la période;
  - b. le montant et la date de chaque nouvel achat au cours de la période;
  - c. la date et le montant de chaque paiement reçu;
  - d. l'intérêt au cours de la période;
  - e. le solde à la fin de la période;
  - f. le versement minimal exigé.
3. Le règlement stipule également qu'il faut indiquer le délai pendant lequel l'intérêt ne court pas.
4. L'article 4.11 du règlement stipule que le taux indiqué doit être celui des frais d'administration calculés sur le solde précédent. Toutefois, si le consommateur acquitte au moins 50 % de la dette, il ne devra payer de l'intérêt que sur le solde rajusté; ce n'est que s'il paie moins de la moitié de la dette, qu'on pourra calculer le solde en fonction du solde précédent.

## Saskatchewan

1. Le relevé doit être envoyé au moins une fois tous les trois mois;
2. Doivent y paraître:
  - a. le solde impayé au début de la période;
  - b. le montant et la date de chaque nouvel achat et une classification des marchandises achetées (classification n'est pas définie, mais elle tient lieu, en quelque sorte, de ventilation du compte);
  - c. le total des paiements reçus ou des crédits inscrits au compte au cours de la période;
  - d. le coût du crédit, en dollars et en cents, pour la période;
  - e. le solde à la fin de la période;
  - f. le taux annuel exigé;
  - g. un tableau d'exemples de montants.
3. Le règlement stipule que le taux indiqué doit être celui qui donnera les frais d'administration lorsque calculés en fonction du solde précédent. Une fois de plus, il semble rendre obligatoire la méthode de calcul sur le solde précédent.

## Ontario

1. Il faut envoyé un relevé dans un interval de pas moins de quatre et pas plus de cinq semaines. Ainsi, la période d'intérêt couru pour le crédit variable est de quatre à cinq semaines.
2. Doivent y paraître:
  - a. le solde impayé au début de la période;
  - b. le montant et la date de chaque nouvel achat et la classification des marchandises et services achetés. Ainsi, le relevé doit donner une liste détaillée des marchandises. Il n'est pas certain que la facturation descriptive soit suffisante à cette fin.
  - c. le total et la date des paiements reçus au cours de la période, ainsi que l'«occasion» (Le mot «occasion» n'est pas défini);
  - d. le coût du crédit pour la période, en dollars et en cents;
  - e. le solde impayé à la fin de la période;
  - f. le taux annuel employé;
  - g. les frais minimums, s'il y a lieu;
  - h. un tableau d'exemples, en dollars et en cents, de divers montants et des frais correspondants.
3. Le règlement de l'Ontario stipule que le taux choisi doit équivaloir aux frais d'administration calculés d'après le solde précédent.

Nous n'avons que deux points à critiquer dans le texte de la loi ontarienne. L'on devrait exiger que la période pendant laquelle l'intérêt court soit précisée. Si le client peut payer le total de la dette avant un certain délai et s'éviter ainsi des frais d'administration, le relevé devrait le préciser. Il n'y a aucun doute que le règlement concernant le taux veut avantager le consommateur. Ceci assure que, si la méthode de calcul en fonction du solde précédent est employée, le taux réel est divulgué au consommateur. Sans cette disposition, le distributeur de crédit pourrait, par exemple, indiquer un taux de 10 %, alors qu'en réalité il est beaucoup plus élevé puisqu'il se fonde sur le solde précédent.

Cependant, il faudrait y annexer comme dans les statuts du Québec une disposition spécifiant que le calcul des frais pourrait se faire en fonction du solde rajusté, même si le taux indiqué se fonde sur le solde précédent. Par contre, il pourrait également prévoir une disposition exigeant l'indication du taux selon le solde rajusté si c'est la méthode employée.

### **3. DROITS CIVILS ET PÉNALITÉS**

#### **Alberta**

**DROITS CIVILS:** Lorsqu'un distributeur de crédit exige un taux d'intérêt plus élevé que ne le permet la Loi fédérale sur l'intérêt, l'emprunteur a droit au remboursement de l'intérêt payé en trop. Dans le cas des comptes renouvelables, la loi fédérale ne prévoit pas d'autres recours que le remboursement du trop-perçu et il n'existe aucun autre recours.

**PÉNALITÉS:** Si le distributeur de crédit ne se conforme pas à la loi, il est coupable d'infraction et, dans le cas des sociétés constituées, passible d'une amende de \$1,000. Dans le cas d'un particulier, l'amende est de \$500 et, en cas de non-paiement, il est passible d'emprisonnement pour six mois.

**OBSERVATIONS:** Les droits et pénalités prévus ont peu de portée et d'efficacité. Il n'existe aucun droit civil qui soit digne de mention et, comme en droit pénal, il faut faire la preuve des allégations, et l'amende est minime comparée aux sommes impliquées, qui peuvent dépasser un million de dollars.

#### **Colombie-Britannique**

**DROITS CIVILS:** Avant de pouvoir augmenter le coût du crédit, le prêteur doit en aviser son client par écrit. L'augmentation doit être indiquée de la même façon que le taux original, en montrant le taux annuel et un tableau de soldes et de frais correspondants. Elle ne peut entrer en vigueur avant les six mois suivant la réception de la lettre et, à ce moment, le client peut rompre le contrat. Toute infraction à ces dispositions peut entraîner des poursuites de la part du consommateur et le remboursement du trop-perçu.

Lorsqu'un tribunal ou un juge croit que le coût du crédit est trop élevé ou la hausse (selon les circonstances) exorbitante, il peut remplacer les modalités de crédit, remplies ou non, par des conditions plus honnêtes. Toute somme supérieure à ces conditions, déjà payée par le client, doit lui être remboursée.

Lorsque le paiement du client est déjà en retard et que le juge pense que le plein exercice des droits légaux du créancier serait trop sévère, malhonnête ou inéquitable, le juge peut imposer des conditions au créancier relatives au plein exercice de ses droits afin d'éviter toute iniquité.

Si les contrats ou les relevés ne sont pas conformes à la loi, le créancier ne peut exiger que le paiement du capital et il doit rembourser les intérêts payés à moins qu'il puisse prouver que l'erreur a été faite de bonne foi et que la non-stipulation des conditions de crédit n'a pas induit le client en erreur. Le fardeau de la preuve incombe au créancier.

**PÉNALITÉS:** Tout contrevenant, directeur ou cadre d'une société qui l'enfreint, est coupable de délit sommaire et passible d'une amende de \$2,000 et/ou d'une peine d'emprisonnement de deux ans ou, dans le cas d'une société, d'une amende de \$25,000.

**OBSERVATIONS:** Les recours personnels et publics sont très énergiques. D'un intérêt particulier sont les droits civils qui protègent très bien les droits de la personne, compte tenu des observations faits dans la conclusion.

### **Manitoba**

**DROITS CIVILS:** Lorsque le taux d'intérêt n'est pas indiqué, ou du moins n'est pas donné en pourcentage annuel comme le veut la loi, le créancier ne peut exiger que le paiement du taux d'intérêt permis par la loi. En l'absence de contrat stipulant les conditions ou de non-conformité de celui-ci avec la loi, le créancier ne peut exiger aucun paiement d'intérêt.

Le taux maximal d'intérêt demandé se restreint aux limites fixées par la loi fédérale sur l'intérêt. Lorsque le consommateur en a trop payé, il a droit au plein remboursement du trop-perçu.

**PÉNALITÉS:** Toute personne contrevenant à la loi est coupable de délit sommaire. Un particulier est passible d'une amende maximale de \$1,000 pour la première infraction, et de \$2,000 et/ou d'une peine d'emprisonnement de trois mois pour chaque condamnation ultérieure. S'il s'agit d'une société constituée, la loi prévoit une amende maximale de \$2,000 pour la première condamnation et de \$5,000 pour chaque condamnation ultérieure.

**OBSERVATIONS:** Encore une fois, la situation laisse à désirer car il n'existe aucun recours personnel efficace en cas de non-observation.

### **Maritimes:**

**DROITS CIVILS:** Le client n'a pas à payer des sommes supérieures à celles stipulées dans son contrat. Ceci voudrait dire que, si la somme n'est pas stipulée la méthode de calcul en fonction du solde précédent sera employée, ou que si l'intérêt est composé (par exemple, quotidiennement), le client n'aurait pas à payer cette somme et pourrait même aller en cour pour se faire rembourser. La loi exige que soit donné un tableau des montants et des frais correspondants, mais celui-ci n'indiquera pas normalement si l'intérêt est composé ou même sur quel solde les frais sont calculés, puisqu'il s'agit habituellement du premier solde. Il semblerait que le client puisse se défendre en alléguant qu'il paie plus que le taux stipulé et qu'il pourrait demander un remboursement, même si les stipulations non-requises ne sont pas faites.

En même temps, le prêteur peut toujours exiger au moins le capital, même si les stipulations enfreignent la loi, et le client est également obligé de payer toute somme qui est bien stipulée. Si le raisonnement concernant l'intérêt composé est correct, cela veut dire que le client n'aurait pas à payer des frais sur le solde précédent, ni d'intérêt composé, mais devra payer uniquement le taux simple d'intérêt indiqué.

**PÉNALITÉS:** Tout prêteur faisant affaire dans les provinces maritimes doit avant tout s'enregistrer auprès du ministère compétent. Si, par la suite, il enfreint la loi, on lui retirera son permis.

Tout particulier ou tout administrateur ou cadre d'une société constituée qui enfreint la loi est passible d'une amende de \$2,000 et/ou d'une peine d'emprisonnement d'un an. Une société constituée est passible d'une amende de \$25,000.

**OBSERVATIONS:** Les droits civils prévus sont encore une fois de peu de portée et d'efficacité. En premier lieu, ils ne sont pas tout à fait clairs; et en second lieu, ils n'encouragent pas l'observation de la loi puisque le consommateur doit intenter des poursuites pour qu'ils soient respectés; en outre, il doit quand même payer le capital et ne se voir rembourser que l'intérêt payé en trop. Cela ne l'encourage pas beaucoup, car le montant qui peut lui être remboursé ou qu'il n'a pas à payer ne sera habituellement pas assez élevé pour justifier le temps et les dépenses que demandent des poursuites juridiques.

Toutefois, les pénalités sont très efficaces et innovatrices. On ne demande pas simplement au créancier de payer une amende en cas d'infraction; on lui dit en fait que s'il n'observe pas la loi, son permis d'opérer lui sera retiré.

## Québec

**DROITS CIVILS:** Il n'y a pas de surcharge en cas de paiement en retard. Le taux d'intérêt est uniforme.

Si un contrat n'est pas conforme à la loi, le consommateur peut en demander la dissolution. Si le contrat a trait au crédit, le consommateur peut exiger que les frais de crédit soient annulés tout en conservant le contrat et il peut réclamer le remboursement de tout intérêt déjà payé.

**PÉNALITÉS:** Un Bureau de protection du consommateur a été mis sur pied; il a le pouvoir, en cas d'infraction à la loi par des commerçants, d'enquêter sans mandat et d'obliger le commerçant à se conformer. Tout particulier ou cadre d'une société constituée qui a incité, participé ou consenti à une infraction est coupable de délit sommaire et passible d'une amende de \$100 à \$2,000 et/ou d'une peine d'emprisonnement d'un an. Une société constituée est passible d'une amende de \$500 à \$25,000.

**OBSERVATIONS:** Les droits civils prévus dans cette loi sont excellents; ils donnent au consommateur le choix de prolonger le contrat indéfiniment sans jamais subir de frais si le créancier enfreint la loi, ou de l'annuler; à ce moment, il n'est même pas tenu de payer le capital. On pourrait même dire que les droits sont trop poussés. La loi ne prévoit rien en cas d'erreur faite de bonne foi par le distributeur de crédit.

## Saskatchewan

**DROITS CIVILS:** S'il prévoit changer le taux d'intérêt, le créancier doit en aviser le consommateur par écrit dans les 30 jours qui précèdent et lui donner le choix de dissoudre le contrat, pourvu qu'une telle disposition soit prévue dans le contrat original et que l'avis annonçant les nouveaux taux respecte les stipulations originales. En cas de violation de cette condition, le consommateur peut obtenir le remboursement des frais perçus en trop ou refuser de les payer.

Si les conditions du contrat enfreignent la loi, le contrat n'est pas annulé, mais le consommateur n'a qu'à payer le prix de vente au comptant, sans subir de frais d'intérêt. Ce n'est plus le cas si la non-observation de la loi relève d'une erreur de bonne foi qui n'a pas empêché le consommateur de comprendre les modalités de crédit. Dans ce cas, même s'il a déjà payé, il peut exiger un remboursement.

**PÉNALITÉS:** Tout particulier, administrateur ou cadre d'une société constituée qui enfreint la loi est passible d'une amende maximale de \$1,000 et d'une peine d'emprisonnement de six mois s'il ne paie pas l'amende. Une société constituée est passible d'une amende de \$5,000.

**OBSERVATIONS:** La loi n'est pas très satisfaisante. Les droits civils ne font que permettre le remboursement de l'intérêt. Il a déjà été souligné que ce remboursement ne justifie souvent pas des poursuites. Les pénalités sont faibles et inefficaces. Non seulement sont-elles clémentes, mais, relevant du droit criminel, elles sont également difficiles à appliquer.

## **Ontario**

**DROITS CIVILS:** On peut dire que la loi de l'Ontario ne prévoit aucun droit civil en matière de crédit. Le seul endroit où la loi en fait mention, c'est à l'article 39, et son application est très mal définie.

Il existe d'autres lois y ayant trait: le *Unconscionable Transactions Relief Act* (Loi d'aide en matière de transactions malhonnêtes), et le *Business Practices Act* (Loi sur les pratiques commerciales), nouvelle loi qui interdit les pratiques déloyales dans la vente de produits de consommation. Néanmoins, un examen attentif de leurs dispositions indique qu'elles ne visent pas les transactions à crédit renouvelable telles que discuté dans cette étude.

**PÉNALITÉS:** Dans le cas d'un particulier ou d'un cadre d'une société constituée, elle prévoit une amende maximale de \$2,000 et/ou une condamnation à un an de prison. Dans le cas d'une société constituée, l'amende maximale est de \$25,000.

**OBSERVATIONS:** Les pénalités sont très faibles en Ontario. Les droits civils en matière de crédit sont inexistants tandis que les pénalités, relevant du droit criminel, causent des difficultés sur le plan de la procédure et du fardeau de la preuve.



## **ANALYSE DES FORMULES DE DEMANDE DE CARTES DE CRÉDIT\***

Un certain nombre de formule de demandes de cartes de crédit à été analysé afin d'en déterminer la clarté ainsi que la conformité à la Loi ontarienne sur la protection des consommateurs.

### **AMERICAN EXPRESS**

La formule de demande ne donne aucun renseignement sur le crédit. En signant la formule, le consommateur indique qu'il respectera les modalités du contrat qu'il recevra en même temps que la carte.

S'il advenait que le consommateur refuse n'importe quelle des modalités de crédit et n'utilise pas la carte, la compagnie American Express lui remboursera sa cotisation de \$20.

La demande d'adhésion ne comporte que l'autorisation relative aux demandes de renseignements sur la solvabilité du candidat.

### **LA BAIE (Hudson's Bay Co.)**

La formule de demande ne donne que très peu de renseignements sur le système de crédit; seules les modalités des taux d'intérêt y sont indiquées.

Le taux d'intérêt est fixé à 21 % par année, ou 1.75 % par mois. On y explique que les frais de service sont calculés à partir du solde du mois précédent, mais il n'est pas indiqué si un paiement partiel aura une influence sur l'intérêt.

La compagnie peut modifier les modalités du contrat, y compris les taux d'intérêt, après en avoir avisé le client.

La brochure donne une description de la facture. Il y est indiqué qu'une facture détaillée sera envoyée au client.

Aucune autorisation de communiquer des renseignements sur la solvabilité du client n'est donnée à La Baie, mais la signature du client permet à la compagnie de demander des renseignements sur sa cote de crédit.

Il y est indiqué qu'aucun intérêt ne sera exigé pour le premier mois, mais on n'indique pas quand ce mois débutera, c'est-à-dire à la date du premier achat, à la réception de la facture, etc.

### **Remarques:**

Les renseignements relatifs au crédit sont donnés sur une seule page et sont facilement lisibles.

La divulgation des taux ne veut pas dire grand-chose, étant donné qu'ils peuvent être changés de façon unilatérale.

---

\*Les taux d'intérêt et autres renseignements sont ceux indiqués sur les formules de demande disponibles en juin 1975.

## **CANADIAN TIRE**

Le taux d'intérêt est fixé à 2 % par mois ou 24 % par année, calculé sur le solde du mois précédent.

De plus, Canadian Tire exige des frais mensuels minimums de \$0.20, qu'elle se réserve le droit de changer.

Une période de 25 jours sans intérêt est prévue, mais étant donné qu'elle débute le jour de l'établissement de l'état de compte, elle est susceptible d'être considérablement réduite lorsque le consommateur le reçoit.

Le consommateur autorise la compagnie à recueillir et à donner des renseignements sur sa solvabilité.

### **Remarque:**

Les renseignements relatifs au système de crédit figurent en très petits caractères au verso de la page que le consommateur signe. Ils devraient apparaître sur la même page.

## **CHARGEX – BANQUE CANADIENNE IMPÉRIAL DE COMMERCE**

La formule de demande ne donne aucun renseignement sur le crédit accordé. Le consommateur consent à respecter les modalités fixées par la banque qui émet la carte de Chargex.

La signature de la formule par le consommateur donne à la banque le droit de recueillir et de donner des renseignements sur sa solvabilité.

Au verso de la formule, la période sans intérêt est fixée à 25 jours à partir de la date de l'état de compte. Ainsi, tout retard du courrier joue en faveur de la banque.

Toute contestation doit être communiquée à la banque dans les 60 jours qui suivent la date d'envoi de l'état de compte mensuel. Sinon, ce qui est indiqué sur le relevé prévaut.

## **CHARGEX – TORONTO DOMINION**

À l'exception de l'autorisation relative aux demandes de renseignements sur la solvabilité du consommateur, toutes les modalités sont indiquées au verso en petits caractères.

Les paiements doivent être effectués dans les 25 jours qui suivent la date de l'état de compte.

L'intérêt, fixé à 1 1/2 % par mois est calculé sur le solde impayé le jour de facturation.

En cas de manquement de la part du consommateur, la banque peut révoquer la carte de crédit et ainsi annuler l'accord.

La responsabilité du détenteur de la carte est de \$50 en cas d'utilisation non permise.

Tous les différends doivent être réglés entre l'acheteur et le vendeur. Ainsi, la banque se retire de la transaction elle-même.

La banque n'accorde de crédit pour articles retournés ou transaction contestée que si le vendeur lui fait parvenir une pièce justificative de crédit.

### **Remarque:**

Il y a peut-être infraction à Loi sur la protection du consommateur car il n'y a aucun tableau des taux d'intérêt en pourcentage et des montants en dollars correspondants.

## **CHARGEX – BANQUE DE NOUVELLE-ÉCOSSE**

Le formulaire n'indique aucune modalité.

Le formulaire stipule que l'utilisation de la carte servira d'indication que le consommateur l'a reçue et accepte de se conformer au contrat.

Il n'a pas été possible d'obtenir de la banque une copie de ce contrat avec la formule de demande; le consommateur le reçoit avec sa carte.

## **CHARGEX – LA BANQUE ROYALE**

Le consommateur consent à l'échange de renseignements au sujet de sa cote de crédit.

Les modalités du contrat sont imprimées sur la formule de demande, mais au verso plutôt que sur le côté où le consommateur doit signer.

Le taux d'intérêt fixé à 1 1/2 % par mois ou 18 % par année peut être changé par la banque.

Aucun tableau ne traduit ces taux en chiffres, ce qui constitue une infraction manifeste à la Loi sur la protection du consommateur.

La période sans intérêt est de 25 jours à compter de la date du relevé. Tout retard du courrier est au détriment du consommateur.

Il y a une disposition en matière de paiements partiels. L'intérêt n'est calculé que sur le solde impayé des montants indiqués sur le relevé précédent. Il semblerait donc que si le consommateur effectue le paiement entre les relevés, il n'y aura pas d'intérêt sur la somme payée. Autrement dit, l'intérêt n'est pas calculé à partir du solde indiqué sur l'état de compte du mois précédent.

La responsabilité du détenteur en cas de vol ou de perte est de \$50. Il doit en informer la banque par un avis écrit.

Lorsque le consommateur retourne un article, il doit quand même payer Chargex à moins que la banque ne reçoive un avis de crédit écrit du marchand.

La banque n'est pas responsable des réclamations contre un marchand. Le consommateur doit régler l'affaire lui-même avec ce dernier et payer son compte entre-temps.

## **CHARGEX – DEMANDES DE CARTES (FORMULES DANS DES REVUES ET MAGAZINES)**

Aucune indication des modalités.

La formule de demande indique que l'utilisation de la carte attestera que le consommateur a reçu le contrat.

### **Remarque:**

Ce genre de formule de demande semble enfreindre l'article 41 de la Loi sur la protection du consommateur.

## **EATON**

Le taux d'intérêt est de 21 % par année ou 1.75 % par mois.

Il est indiqué à la première clause que les paiements doivent être effectués dans les 30 jours qui suivent la date indiquée sur l'état de compte mensuel.

En vertu de la clause 2 du contrat, Eaton peut modifier les taux d'intérêt en tout temps.

À la clause 3, il est indiqué que les paiements s'appliquent en tout premier lieu aux frais de service et ensuite au capital, à échéance. S'il y a défaut de paiement, la somme totale est due.

Le client s'engage à payer tout les achats à crédit même si sa carte est perdue ou volée, à moins d'en avoir avisé le magasin par écrit.

Le client autorise la compagnie Eaton à obtenir et à donner des renseignements sur sa cote de crédit.

Une période sans intérêt de 30 jours est prévue.

Selon le tableau, les frais de crédit sont calculés à partir du solde du mois précédent. Ainsi, un paiement partiel effectué au cours du mois n'aura aucune influence sur les frais de service.

#### **Remarques:**

L'indication des taux est peu utile étant donné que la compagnie peut changer les modalités en tout temps. Le consommateur ne peut être certain de rien devant ces décisions unilatérales.

En vertu de la clause 5, Eaton est autorisée à donner tout renseignement au sujet de la cote de crédit du client. En cas de litige de facturation, rien n'empêche la compagnie de donner des renseignements défavorables qui auront pour effet de nuire à la cote de crédit du client, même si celui-ci soutient qu'il n'a aucune responsabilité en l'affaire.

Le contrat est rédigé de façon claire et lisible. Tout les renseignements sont indiqués sur un seul côté de la page.

Le contrat n'indique pas si les détails des achats seront indiqués sur l'état de compte.

Une copie détachable du contrat, de lecture aisée, est prévue à l'intention du client.

#### **ESSO**

Aucune modalité n'est indiquée sauf l'autorisation relative aux demandes de renseignement sur la solvabilité.

#### **FINA**

Le taux d'intérêt de 18 % est calculé à partir du solde précédent.

Le client est responsable de tout usage non autorisé de sa carte à moins d'avis écrit à la compagnie.

Il n'incombe pas à la compagnie de régler les différends. Le client doit les régler directement avec le vendeur.

Les paiements doivent être effectués dans les 25 jours qui suivent la date de l'état de compte.

Il y a une autorisation relative aux renseignements sur la solvabilité.

#### **Remarques:**

Cette formule de demande est rédigée de façon très claire et lisible.

Une copie séparée de l'entente est destinée au client.

Le contrat est entièrement conforme à la Loi sur la protection du consommateur.

## **GULF**

Le taux d'intérêt est fixé à 18 % par année —  $1\frac{1}{2}$  % par mois — et calculé sur le solde précédent.

Il n'y a aucun tableau des taux. Le seul exemple donné indique que si le solde précédent est de \$100, l'intérêt sera de \$1.50.

Si la somme intégrale est payée sur réception de l'état de compte mensuel, il n'y a aucun frais de crédit.

Aucune indication n'est donnée pour ce qui est de la période de paiement à partir de la date de réception de l'état de compte.

La compagnie peut modifier le taux d'intérêt.

Cette demande comporte une autorisation relative aux renseignements sur la solvabilité.

Rien n'est prévu en cas de perte ou de vol de la carte.

### **Remarques:**

La période libre d'intérêt n'est pas clairement indiquée. Il semble qu'elle ne s'applique que si la somme intégrale est payée immédiatement après la réception de l'état de compte. Le délai de grâce n'est pas bien indiqué.

Il est possible que le contrat enfreigne la Loi sur la protection du consommateur, qui prescrit l'indication des frais de service en dollars dans un tableau. Dans le présent cas, il n'y a que l'exemple du \$1.50 pour une somme de \$100.

## **MASTER CHARGE — BANQUE DE MONTRÉAL**

La formule de demande ne donne aucun renseignement sur le crédit.

Le consommateur accepte de respecter l'entente qui accompagnera la carte — mais il doit signer immédiatement.

Il n'y a sur le contrat que l'autorisation relative aux renseignements sur le crédit.

## **SHELL**

La période libre d'intérêts est de 60 jours et le taux d'intérêt est de 18 % par année.

Aucun intérêt n'est exigé pour paiements différés pour certains achats. Les taux sont clairement indiqués sur un tableau. Cependant, il n'est aucunement fait mention de la méthode de calcul de l'intérêt.

Le détenteur de la carte est entièrement responsable de tout achat fait avec sa carte à moins de prescription législative contraire.

### **Remarque:**

Cette formule de demande est très claire.

## **SIMPSON (Robert Simpson Co. Ltd.)**

Le taux d'intérêt est fixé à 21 % par année ou 1.75 % par mois.

La compagnie peut changer les modalités du contrat.

Le contrat indique clairement que les frais de service sont calculés à partir du solde du mois précédent à moins que plus de 50 % du principal ne soit payé au cours du mois.

La période libre d'intérêt est d'un mois. Toutefois, la clause 1 du contrat de crédit au verso de la formule ne définit pas le mot mois. Il n'y est pas indiqué s'il s'agit du mois à partir de l'achat ou à partir de la réception de l'état de compte.

Toute vente à crédit est conditionnelle. Les marchandises appartiennent à la compagnie jusqu'à ce que le compte ait été complètement payé. Il n'est pas indiqué si ce droit vaut pour toutes les marchandises achetées chez Simpson, même si une partie du compte a été payée, ou seulement pour les marchandises indiquées sur l'état de compte.

Il n'est pas clairement indiqué si le contrat peut être annulé en avisant la compagnie de la perte ou du vol d'une carte. Il est clairement indiqué sur le contrat que le consommateur doit s'y conformer jusqu'à ce que la carte soit retournée à la compagnie.

#### **Remarques:**

Les taux d'intérêt sont calculés à partir du solde précédent. Il n'est pas certain que le consommateur puisse comprendre qu'un paiement ne réduira pas l'intérêt.

La nature — durée et fin — de la période d'un mois sans intérêt est floue.

Les marchandises demeurent la propriété complète de Simpson jusqu'à ce que tous les paiements aient été effectués, tandis que le consommateur est responsable de toute perte ou dommage. Ainsi, une transaction effectuée au moyen d'une carte de crédit ne donne pas un droit de propriété.

En cas de saisie aux termes du contrat, Simpson conserve tous les paiements effectués même s'il n'en reste qu'un à faire, par exemple pour un télécouleur. Ceci est une infraction à la Loi sur les ventes conditionnelles.

Il faut se servir d'une loupe pour lire le contrat qui figure au verso du formulaire. Les chances qu'il soit lu ou compris sont minces.

La compagnie peut donner des renseignements relatifs à la solvabilité du client en tout temps et en toutes circonstances.

Le contrat donne une description de la facture et de son contenu, et indique qu'elle est détaillée.

#### **SIMPSON-SEARS**

Aucune information relative au crédit n'est donnée — pas même une disposition relative aux enquêtes sur la solvabilité.

#### **TEXACO**

Le taux d'intérêt annuel est de 18 % pour les comptes en souffrance.

Des paiements différés sont permis pour certains achats, mais le taux d'intérêt de 18 % est quand même exigé. Il n'y a aucun tableau des taux d'intérêt et il n'est aucunement fait mention de la méthode de calcul.

La responsabilité de l'utilisateur en cas de perte de sa carte est de \$50.

Le contrat comporte l'autorisation habituelle relative aux renseignements sur la solvabilité.

**Remarques:**

Aucun tableau des sommes en dollars n'est donné. Il semble que ceci vienne à l'encontre, soit de l'article 37, soit de l'article 41 de la Loi sur la protection du consommateur.

Il n'est aucunement fait mention de la méthode du calcul des frais de services.

Les comptes courants jouissent d'une période sans intérêt, à moins d'être en souffrance. Cette période n'est pas indiquée. Le client ne sait pas de combien de temps il dispose pour payer.

Les renseignements que nous jugeons nécessaires pour le consommateur sont souvent absents du formulaire de demande de crédit. C'est pourquoi nous sommes entrés en communication avec les départements de crédit de toutes les compagnies susmentionnées et leur avons posé quelques questions.

La plupart des personnes interrogées connaissaient très bien les modalités des contrats. Ces renseignements ont généralement été donnés sans hésitation et bien expliqués. Un seul d'entre eux a refusé de répondre au téléphone en déclarant que tous les renseignements nécessaires étaient indiqués sur la formule de demande, (de fait, cette compagnie avait un des contrats les plus complets, indiquant tout les détails). Les représentants de compagnies de crédit qui n'étaient pas trop certains de leurs réponses reçoivent probablement très peu de demandes de renseignements.



## MÉTHODOLOGIE: ENQUÊTES AUPRÈS DES COMPAGNIES ET DES CONSOMMATEURS

Pour recueillir le plus de données possible sur les méthodes de facturation et les problèmes éventuels, il a été décidé de s'adresser à la fois aux consommateurs et aux distributeurs de crédit. Des représentants des principales sociétés de crédit ont été contactés pour voir si celles-ci accepteraient de discuter de leurs pratiques et politiques en matière de facturation. De tous les fournisseurs de crédit choisis, seulement deux ont refusé.

Les entrevues ont surtout gravité autour d'une série de questions préparées à l'avance (Appendice I) mais la discussion a souvent pris des tangentes. Dans le cas des compagnies de services publics et de mazout, les entrevues, de nature plus générale, ont surtout porté sur les méthodes de facturation propres à chacune d'entre elles.

Nous avons également établi un questionnaire à l'intention des consommateurs. Toute entente en matière de crédit fait nécessairement appel à au moins deux parties, et, dans le cas d'erreur, la faute peut être attribuée à l'une d'entre elles ou encore aux deux. Au moyen de l'enquête auprès des consommateurs, nous désirions voir jusqu'à quel point s'étendaient les connaissances des gens en matière de crédit en général, des modalités précises de leur contrat, connaître leurs habitudes de paiement, et découvrir l'incidence d'erreurs dans les factures et les états de comptes. Les fournisseurs de crédit eux-mêmes nous ont donné beaucoup de renseignements sur les pratiques et politiques en matière de facturation et nous voulions comparer leurs points de vue et ceux des consommateurs pour les difficultés de mener une enquête l'été lorsque plusieurs familles sont en vacance et les coûts reliés à une enquête, par la poste, nous ont décidés d'effectuer par téléphone. Bien sûr il fallait alors s'en tenir aux foyers qui avaient le téléphone, mais une vérification auprès de Bell Canada nous a appris que dans la région métropolitaine de Toronto où l'enquête a eu lieu, le nombre de foyers sans téléphone était négligeable.

Mille cinq cents foyers ont été choisis — 750 dans l'annuaire téléphonique de Toronto et 750 dans la liste des membres de l'ACC (Toronto); les entreprises et établissements ont été ignorés à dessein. L'intention de la présente étude n'était pas de faire une distinction entre les sujets selon leurs affiliations, mais nous avons cru qu'avec un échantillonnage initial ne comptant seulement que 1500 foyers et un objectif d'au moins 360 questionnaires remplis, il serait sage de nous adresser à un certain nombre de sujets qui, à notre avis, répondraient volontiers à nos questions. Nous pensions, avec raison, que les familles membres de l'ACC seraient plus enclines que les autres à collaborer avec nous en répondant à ce questionnaire commandité par leur association.

Étant donné la nature personnelle et confidentielle du questionnaire, des lettres d'introduction ont été expédiées à intervalles échelonnés aux 1500 foyers faisant partie de l'échantillonnage. Le but de ces lettres n'était pas d'expliquer la nature de l'étude mais plutôt de prévenir les intéressés que nous allions téléphoner pour les fins de notre enquête. (Appendice II). Les lettres envoyées aux foyers non membres de l'ACC ont également servi d'introduction à l'Association des consommateurs pour éviter que les gens ne considèrent l'appel téléphonique comme une tentative de vente. (Appendice III).

Le questionnaire comportait quatre sections principales:

1. Connaissance des modalités de crédit
2. Méthodes de paiement des factures
3. Fréquence des erreurs
4. Données démographiques

Compte tenu de la longueur du questionnaire et du temps à consacrer pour répondre à toutes les questions, les questions 1-6 de la Partie I et 1-2 de la Partie II n'ont porté que sur un seul des types de compte suivants: compte d'achat, d'essence, tripartite et de service public. Les gens interrogés pour chaque type ont été choisis au hasard par les enquêteurs.

L'enquête par téléphone menée par trois étudiants s'est échelonnée sur une période de deux semaines. Environ 80 % des premiers appels ont été faits durant les heures de travail tandis que les autres 20 % l'ont été en soirée durant la semaine. Aucun premier appel n'a été fait au cours des fins de semaine. Durant cette quinzaine, 390 entrevues téléphoniques ont été effectuées. Voir l'Appendice IV pour la ventilation des réponses.

Les questionnaires ont été évalués de la façon suivante sous la direction d'un spécialiste en recherches (tout le traitement des données par ordinateur a été effectué au Ryerson Polytechnical Institute de Toronto).

1. Les feuilles de réponse précodifiées ont été examinées pour voir si on avait répondu à toutes les questions (seules celles dont les quatre parties étaient complètes ont été utilisées) et les réponses codifiées.
2. Les résultats codifiés ont ensuite été transcrits sur des feuilles de programmation ce qui a été suivi d'une opération de perforation entièrement vérifiée.
3. Les cartes mécanographiques ont ensuite servi de paramètres pour le Statistical Package for Social Scientists (SPSS) pour en arriver aux résultats donnés à l'Appendice V.

Sur un total de 390 appels, 367 ont été considérés comme utiles aux fins d'analyse les autres étant rejetés puisque incomplets. Du nombre de foyers, 221 comptaient un membre reconnu de l'ACC et 146 des non-membres. Les résultats d'ordre démographique sont donnés ci-dessous. Ces derniers résultats ont été comparés aux statistiques que nous avons pu obtenir sur le Toronto métropolitain. À moins d'indication contraire, les chiffres sont ceux du recensement de 1971 de Statistique Canada.

| État civil                                                  | Résultats de l'ACC | Statistique Canada 1971   |
|-------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------|
| Marié(e)                                                    | 74.2 %             | 49.2 %                    |
| Célibataire                                                 | 16.2 %             | 46.2 %                    |
| Veuf(ve)                                                    | 6.4 %              | 4.6 %                     |
| Divorcé(e)                                                  | 0.6 %              |                           |
| Séparé(e)                                                   | 1.7 %              |                           |
| Co-habitation                                               | 0.9 %              |                           |
| <b>Âge*</b>                                                 |                    |                           |
| 18 – 24                                                     | 7.5 %              | 17.6 %                    |
| 25 – 34                                                     | 26.4 %             | 22.8 %                    |
| 35 – 44                                                     | 23.2 %             | 17.8 %                    |
| 45 – 54                                                     | 20.9 %             | 17.4 %                    |
| 55 – 64                                                     | 13.3 %             | 12.4 %                    |
| 65 et plus                                                  | 8.7 %              | 12.3 %                    |
| <b>Études</b>                                               |                    |                           |
| Quelques années d'études primaires                          | 1.4 %              |                           |
| Certificat d'études primaires                               | 2.9 %              | 40.1 %                    |
| Quelques années d'études secondaires                        | 13.8 %             | 26.4 %                    |
| Diplôme d'études secondaires                                | 31.3 %             | 21.7 %                    |
| Quelques années d'études universitaires/<br>postsecondaires | 17.1 %             | 5.8 %                     |
| Diplôme d'université/d'études postsecondaires               | 17.7 %             | 4.5 %                     |
| Études supérieures                                          | 10.1 %             | 1.1 %                     |
| <b>Sexe</b>                                                 |                    |                           |
| Hommes                                                      | 33.9 %             | 48.7 %                    |
| Femmes                                                      | 65.2 %             | 51.1 %                    |
| <b>Revenus (de tous les membres du foyer)</b>               |                    |                           |
| \$7,000 et moins                                            | 5.5 %              | 28.2 %                    |
| 7,000 – 10,000                                              | 6.1 %              | 19.9 %                    |
| 10,000 – 15,000                                             | 21.7 %             | 27.9 %                    |
| 15,000 – 20,000                                             | 17.4 %             | 13.2 %                    |
| 20,000 – 25,000                                             | 13.9 %             | 10.8 % (plus de \$20,000) |
| \$25,000 et plus                                            | 19.7 %             |                           |
| (15.7 % des sujets ont refusé de répondre à cette question) |                    |                           |

\*Groupes établis selon «1971 Population by Single Years of Age and Sex», Metro Toronto Planning Division, mai 1975, Division de la recherche.

**Il est évident que l'échantillonnage n'était pas idéal, cependant ce n'était pas le but de l'enquête. On espérait plutôt découvrir, à l'aide du questionnaire, les problèmes possibles.**

**Étant donné que la majorité de nos sujets étaient des membres de l'ACC, on a pensé que cette affiliation aurait peut-être une influence sur les résultats. Toutefois, aucune différence marquée n'est apparue entre les membres et non-membres de l'ACC. Chez ceux qui ont déjà remarqué une erreur dans leur facture, la moitié n'étaient pas membres de l'association.**

## RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES DISTRIBUTEURS DE CRÉDIT

Les renseignements recueillis par le biais d'entrevues auprès d'un échantillonnage des principaux distributeurs de crédit n'ont de signification que dans le contexte du pourquoi des questions. Ainsi, voici donc la liste des questions, une brève explication de ces dernières et les résumés des réponses obtenues. Nous avons interviewé les personnes suivantes:

|                                    |                            |
|------------------------------------|----------------------------|
| American Express*                  | D. Griffiths               |
| La Baie                            | R.N. Hogan                 |
| Bell Canada                        | J.W. Fraser                |
| Canadian Tire                      | P. D'Antonio               |
| Consumers' Gas                     | R. Wilkshire               |
| Chargex: Nouvelle-Écosse           | D. MacDonald               |
| Commerce                           | W.N. Brooks                |
| Royale                             | A.J. Strauss               |
| Toronto-Dominion                   | J. Pritchard               |
| T. Eaton                           | T.E. Reid                  |
| Imperial Oil                       | M. Esdaile                 |
| Kresges/K Mart                     | M. Abbott                  |
| Master Charge — Banque de Montréal | H. Veys                    |
| Ontario Hydro                      | E. Inouye et J. Frazier    |
| Shell (essence)                    | D.F. Aitken                |
| Shell (mazout)                     | L.A. Hughes Grant          |
| Simpson                            | G.A. Cushnie et L.A. Grant |
| Simpson Sears                      | L. Visosky                 |
| Texaco (essence)                   | D. Boucher                 |
| Texaco (mazout)                    | J. A. MacKinnon            |

1. COMBIEN DE COMPTES ACTIFS DÉTENEZ-VOUS?

2. VISEZ-VOUS UN SEGMENT PRÉCIS DU MARCHÉ?

ATTEIGNEZ-VOUS CET OBJECTIF?

Ces questions étaient nécessaires pour donner une idée approximative de l'importance de l'industrie du crédit telle que représentée par l'échantillonnage des compagnies. Il a fallu déterminer l'envergure du marché et le nombre de consommateurs qu'il englobe avant d'en arriver à des conclusions sur la nécessité d'une protection législative. De même, il est bon de savoir à quels groupes économiques appartiennent les consommateurs et de là, pour qui le crédit a de l'attrait.

Pour obtenir une indication de l'impact de la facturation, nous avons tout simplement additionné le nombre de comptes que les consommateurs ont avec notre échantillon de compagnies et de services publics. Nous en avons trouvé plus de 15 millions partout au Canada, ce qui représente 180 millions de factures ou de relevés chaque année. De façon générale, les compagnies visaient tous les secteurs de la population et elles nous ont indiqué y parvenir. American Express nous a dit avoir

\* Il est à remarquer qu'American Express fait crédit en ce sens que les paiements sont différés. Aucun intérêt n'est exigé, mais il faut que le paiement soit fait à la réception du relevé. Règle générale, un forfait annuel remplace l'intérêt et une pénalité est imposée à quiconque ne respecte pas la période de 90 jours.

pour cible les consommateurs dont les revenus annuels sont supérieurs à \$15,000 tandis que Kresges/K-Mart vise plutôt les acheteurs à faibles revenus.\* Toutefois, Imperial Oil et Eaton ont déclaré que la plupart des clients qui faisaient usage du crédit étaient des consommateurs de 40 à 61 ans.

3. DÉTAIL, ESSENCE:

TRIPARTITE:

- a. POUVEZ-VOUS EXPRIMER, EN DOLLARS, VOS VENTES TOTALES, VOS VENTES À CRÉDIT, LES REVENUS ET LES COÛTS ATTRIBUABLES AU CRÉDIT?
- b. QUEL POURCENTAGE DES PRÊTS AUX CONSOMMATEURS REPRÉSENTENT LES COMPTES DE CRÉDIT? Y A-T-IL AUGMENTATION OU DIMINUTION PAR RAPPORT AUX ANNÉES PRÉCÉDENTES?

Quel importance revêt le crédit dans les affaires d'une compagnie? La carte de crédit est un instrument de commercialisation des plus utiles; elle peut augmenter le volume des ventes et, si un important pourcentage des affaires d'une société se fait par le biais des cartes de crédit, on peut supposer que le fait de faire crédit peut augmenter les profits de façon considérable. Ainsi, même si les frais de service ne compensent pas les dépenses entraînées par le crédit, il est possible que les bénéfices réalisés sur les ventes puissent, à cause de leur augmentation, être si élevés que les bénéfices d'ensemble dépassent de loin ceux de la même entreprise sans crédit.

4. TIREZ-VOUS DES BÉNÉFICES DE VOS OPÉRATIONS DE CRÉDIT? DANS LA NÉGATIVE, POURQUOI CONTINUER?

Cette question revêt une importance particulière dans le contexte actuel de contrôles des prix et des profits et des rumeurs au sujet de bénéfices injustifiés. Si les frais de service en eux-mêmes sont synonymes de bénéfices considérables dans l'exploitation d'un système de crédit — accompagnés d'une augmentation du volume de ventes — on peut alors supposer que pris globalement, les bénéfices réalisés sont très élevés. Ainsi, la réglementation des taux d'intérêt pourrait se justifier.

5. UTILISEZ-VOUS VOTRE SYSTÈME DE CRÉDIT À DES FINS PUBLICITAIRES, NOTAMMENT LES OFFRES SPÉCIALES, ETC. OU EN UTILISANT LA LISTE D'ADRESSES? COMBIEN ÉPARGNEZ-VOUS SUR LES FRAIS PUBLICITAIRES?

L'utilisation du relevé mensuel ou périodique pour faire l'annonce de produits et de services offerts par la société ou des marchands associés est un autre phénomène de l'industrie des cartes de crédit. Toute étude de la rentabilité d'un système de crédit doit tenir compte du coût des autres formes de publicité dont la portée et l'impact seraient les mêmes. Aux fins de publicité, la liste d'adresses devient un instrument des plus utiles.

---

\*Aucun nouveau compte n'a été ouvert chez K-Mart étant donné que Kresge/K-Mart abandonne graduellement sa carte de crédit.

## Résumé

De façon générale, les principaux détaillants ont révélé que les ventes à crédit représentaient de 35 à 50 % des ventes totales. Pour ce qui est des compagnies d'essence, ce pourcentage est entre 20 et 40 %. Pour les deux secteurs, le crédit était principalement un instrument de commercialisation conçu pour accroître leurs ventes et non pas un moyen de réaliser des bénéfices. Seule la compagnie Canadian Tire a indiqué que son service de crédit était exploité distinctement du service vente au détail et devait réaliser des bénéfices. Les marchands Canadian Tire payent une commission sur les ventes à crédit à la compagnie d'acceptation, système semblable à celui des droits payés par les marchands dans les ententes tripartites comme Chargex et Master Charge. Les bénéfices de Canadian Tire Acceptance Ltd. proviennent de cette commission, qui s'ajoute aux frais d'intérêt sur les comptes renouvelables.

Kresges, cependant, abandonne graduellement son système de crédit qui ne représente actuellement que 4 % des ventes totales. Le régime est actuellement bénéficiaire, mais la compagnie estime que ces comptes sont incompatibles avec les ventes à rabais étant donné la petite marge du profit réalisé sur la majorité des articles vendus.

Les «grands» détaillants ont révélé que leurs opérations de crédit approchent ou touchent le seuil du point-mort. Ils se sont entendus pour dire que le plus qu'ils pouvaient espérer était de rencontrer les coûts reliés aux opérations de crédit quoique, selon la méthode utilisée de comptabilisation des coûts, un service de crédit pouvait déclarer des bénéfices «sur papier» afin d'obtenir un appui financier de la compagnie.

Les sociétés pétrolières ont indiqué au contraire qu'elles ne faisaient aucun profit et même qu'elles ne rentraient pas dans leurs frais. Les services publics se sont entendus pour déclarer que l'intérêt ou les frais d'administration pour comptes en souffrance n'étaient que des instruments de perception, visant à encourager les consommateurs à payer rapidement. Consumers Gas souligne qu'il réalise des bénéfices parce que son système ne lui coûte rien. Bell Canada ne sait pas encore si la nouvelle politique de frais de service pour les comptes supérieurs à \$50.00 dollars sera profitable, étant en vigueur que depuis quelques mois seulement.

Tous ont reconnu que le système de facturation servait à l'annonce de produits ou de services et que la liste des clients qui ont des comptes est souvent utilisée à cette fin. Pour ce qui est des cartes bancaires, la publicité ne porte que sur les autres services offerts par les banques avec une exception récente: la monnaie olympique. American Express enverra souvent avec les relevés des brochures annonçant des produits et des services endossés par la compagnie.

Il semblerait que les détaillants utilisent la publicité beaucoup plus que les compagnies tripartites. Il apparaît que personne n'est en mesure d'évaluer les économies ainsi réalisées en publicité et aucune analyse des coûts n'a été réalisée. Une vague estimation faite par Kresges indiquerait des économies d'environ cinq pour cent sur les coûts de publicité. Un représentant d'Imperial Oil estime que sa compagnie épargne ainsi entre \$75,000 et \$80,000.

6. VOS OPÉRATIONS DE CRÉDIT SONT-ELLES INFORMATISÉES? UTILISEZ-VOUS UN SYSTÈME DE FACTURATION DESCRIPTIVE OU AVEC REÇUS? COMBIEN COÛTERAIT-IL POUR CHANGER DE MÉTHODE? ENVISAGEZ-VOUS UN TEL CHANGEMENT?

La mécanisation a une double importance. Premièrement, elle permet d'utiliser diverses méthodes de calcul des intérêts, les plus communes étant celles du solde précédent, du solde rajusté, et de la moyenne quotidienne la plus élevée. Nombreux sont ceux qui considèrent cette dernière comme la plus juste, tant du point de vue du consommateur que de celui du distributeur de crédit; elle exige cependant l'utilisation d'un système de comptabilité complexe qui, à grande échelle, ne peut être confié qu'à un ordinateur. Deuxièmement, la mécanisation peut déterminer ce qui figure sur le relevé. Il est possible de programmer un ordinateur de façon que le relevé donne suffisamment de détails pour que le consommateur puisse identifier exactement ses achats. En principe, l'article, le rayon, le magasin ou la succursale et la somme peuvent y être indiqués.

Bon nombre de distributeurs de crédit ont préféré la facturation détaillée, aux relevés ou reçus, mais il arrive souvent que le consommateur n'ait pas assez d'indications pour savoir ce qui a été acheté, quand, où et à quel prix. Ainsi, c'est encore à lui qu'il incombe de vérifier tous les doubles des reçus pour chaque achat. Le problème en est accru considérablement si le consommateur se sert de plus d'une carte de crédit. L'utilisation de plus en plus grande de l'ordinateur permet de donner plus de renseignements sur les factures, ce qui est essentiel avec la méthode de facturation détaillée.

### *Résumé*

Toutes les compagnies avec lesquelles nous sommes entrés en contact se servent d'ordinateurs. À quelques exceptions près, les relevés sont descriptifs ou détaillés. Les sociétés pétrolières, ainsi que Simpson, La Baie et American Express utilisent la méthode de facturation avec reçus. L'American Express et Simpson ont toutes deux décidé de conserver cette méthode car, à leur avis, elle leur donne un cachet spécial. Toutefois, La Baie est en train de changer son système en faveur des relevés détaillés. Kresges/K-Mart a un système apparenté à la facturation avec reçus — des copies de factures accompagnent les relevés mais elles n'indiquent que le rayon du magasin où l'article fut acheté et non la nature de celui-ci.

Certaines compagnies ont souligné le fait que l'installation de nouvelles caisses enregistreuses de type NCR-280 par exemple peut contribuer à éliminer les problèmes engendrés par la facturation descriptive. Ces nouvelles caisses peuvent recevoir plus de 2,000 inscriptions en code. De l'avis de certains détaillants, le problème réside dans la description de l'article par le personnel de vente. Si la description est illisible ou incomplète, le numéro du rayon sera la seule indication sur le relevé. La majorité est d'avis que s'il y a des problèmes avec la méthode descriptive, des améliorations peuvent et doivent y être apportées — un retour à la méthode avec reçus serait trop coûteux.

7. QUEL EST LE POURCENTAGE DE COMPTES ENTIÈREMENT PAYÉS AU COURS DE LA PÉRIODE SANS INTÉRÊT?
8. POUR CE QUI EST DES AUTRES, PENDANT COMBIEN DE TEMPS SONT-ILS EN SOUFFRANCE EN MOYENNE? QUEL EN EST LE MONTANT MOYEN, EN DOLLARS?

9. QUELLES SONT LES CATÉGORIES DE REVENU QUI PAYENT LEURS COMPTES EN ENTIER DURANT LA PÉRIODE LIBRE D'INTÉRÊT ET QUELLES SONT CELLES QUI NE LE FONT PAS?

Certains défenseurs des consommateurs américains ont exprimé l'opinion que les cartes de crédit étaient fondamentalement injustes. Elles prévoient généralement une période libre d'intérêt, et ce sont les consommateurs des paliers supérieurs de revenu qui sont en mesure de payer durant cette période, évitant ainsi l'intérêt car ils disposent des sommes nécessaires. Par contre, les consommateurs à faibles revenus ont plus tendance à considérer la carte de crédit comme un moyen d'emprunt. Avec leur carte, ils peuvent acquérir un article pour lequel ils ne peuvent payer comptant et remboursent le minimum chaque mois. Ceci peut vouloir dire que l'intérêt payé par les clients à faibles revenus compense le crédit accordé aux groupes mieux nantis. Lors des débats du Sénat américain, ce rapport a été cité à titre d'exemple classique du riche subventionné par le pauvre.

Résumé

Toutes les réponses aux questions 7 et 8 sont données ci-dessous car elles sont toutes différentes:

|                    | % des comptes payés en entier au cours de la période sans intérêt                | durée moyenne des comptes en souffrance (mois) | somme moyenne par compte en souffrance |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|
| American Express   | 90 % des clients payent à la satisfaction de la compagnie dans les 90 jours      |                                                |                                        |
| Master Charge –    |                                                                                  |                                                |                                        |
| Banque de Montréal | 40                                                                               | Varie ∴ inconnu                                | 250                                    |
| Chargex – Commerce | —                                                                                | —                                              | —                                      |
| Nouvelle-Écosse    | 22                                                                               | varie ∴ inconnu                                | 300                                    |
| Royale             | 45                                                                               | —                                              | 300                                    |
| Toronto Dominion   | 33-1/3                                                                           | varie ∴ inconnu                                | —                                      |
| La Baie            | 22                                                                               | 15                                             | 160                                    |
| Canadian Tire      | 10                                                                               | —                                              | 148                                    |
| Eaton              | —                                                                                | 8                                              | 450                                    |
| Kresges            | très peu                                                                         | —                                              | —                                      |
| Simpson            | inconnu                                                                          | 9-10                                           | 212                                    |
| Simpsons Sears     | 15-18                                                                            | 9-10                                           | 200                                    |
| Imperial Oil       | 60-65                                                                            | 3                                              | 97                                     |
| Shell              | 70                                                                               | —                                              | —                                      |
| Bell               | (les frais d'administration en vigueur sont trop récents pour avoir des données) |                                                |                                        |
| Consumers Gas      | 80                                                                               | 1                                              | —                                      |

De façon générale, les sociétés ne conservent pas de données sur les groupes de revenu et les habitudes de paiement. Cependant, plusieurs représentants des distributeurs de crédit considèrent que les consommateurs à revenus élevés paient avant la fin de la période sans intérêt, tandis que ceux à faibles revenus profitent du crédit renouvelable. La Baie nous a révélé avoir eu des problèmes de perception avec ceux qui gagnent moins de \$8,000, les travailleurs des transports et les avocats. Il est surprenant de constater que les consommateurs de 19 à 25 ans sont les premiers à payer.

10. VENTE AU DÉTAIL ET ESSENCE: SI VOUS N'OFFRIEZ PAS DE POSSIBILITÉS DE CRÉDIT, VOS PRIX SERAIENT-ILS PLUS ÉLEVÉS, MOINDRES OU IDENTIQUES?

D'aucuns affirment que les clients qui payent comptant subventionnent ceux qui achètent avec une carte de crédit, et les coûts engendrés par le crédit sont compensés par l'augmentation des prix des marchandises et services. Nous avons donc demandé l'opinion de ceux qui font crédit dans les ventes au détail et les ventes d'essence au sujet de l'impact de ce crédit sur l'établissement de leur prix.

*Résumé*

Encore une fois, il n'y a pas unanimité. Seuls les porte-parole de Kresges et d'Imperial Oil ont émis l'opinion que les prix seraient inférieurs à long terme. Ceux qui ont soutenu que les prix ne varieraient presque pas ou augmenteraient ont semblé convaincus qu'une réduction du crédit se traduirait par une baisse des ventes, ce qui se répercuterait sur les prix, entraînant notamment leur augmentation.

11. COMMENT CALCULEZ-VOUS VOS FRAIS D'ADMINISTRATION: À PARTIR DU SOLDE PRÉCÉDENT, DU SOLDE RAJUSTÉ, DE LA MOYENNE QUOTIDIENNE LA PLUS ÉLEVÉE, ETC? POURQUOI AVEZ-VOUS CHOISI CETTE MÉTHODE?

Cette question est suffisamment explicite; elle vise à obtenir une vue d'ensemble des politiques en matière de frais d'administration. L'intérêt est-il calculé à partir du solde précédent afin de rentrer dans les frais engagés, ou est-ce un moyen d'accroître la marge bénéficiaire? L'utilisation du solde rajusté se traduirait-elle par une perte? La moyenne quotidienne est-elle trop compliquée? Des études ont-elles été effectuées pour évaluer les conséquences de l'utilisation des diverses méthodes?

*Résumé*

Master Charge utilise la méthode du solde quotidien moyen. De l'avis de la compagnie, cette méthode est non seulement la plus équitable pour le consommateur, mais elle est aussi la plus juste pour les deux parties. Quelques opérations de crédit Chargex ainsi que Shell (essence) et Kresges ont recours au solde rajusté. Toutes les autres sociétés, sauf les services publics, calculent les frais à partir du solde précédent; elles s'entendent pour dire que le fait d'effectuer le calcul à partir du solde rajusté réduirait les recettes et par là, entraînerait peut-être l'augmentation des frais d'administration. Cependant, certains détaillants rajustent le solde si le paiement est supérieur à 50 % du montant porté au compte. (C'est une prescription législative au Québec.)

Plusieurs porte-parole ont exprimé des doutes au sujet de la mise en application de la méthode du solde quotidien moyen. Il semble que cette dernière entraîne des calculs compliqués qui ne

peuvent être effectués que par ordinateur s'il s'agit d'un grand nombre de comptes. Bien que toutes les sociétés interrogées soient mécanisées, certaines ont déclaré que si la loi prescrivait la méthode du solde quotidien moyen, les compagnies de moindre importance qui n'utilisent pas d'ordinateur seraient obligées de quitter le secteur des opérations de crédit.

En général, les frais d'administration ou pénalités imposés par les services publics se traduisent par des frais uniformes qui ne sont appliqués qu'une fois. Mais bien sûr, ces compagnies peuvent toujours avoir recours aux menaces d'interruption de service.

## 12. COMBIEN DE TEMPS FAUT-IL AU SERVICE DE COMPTABILITÉ POUR EFFECTUER LE TRAITEMENT D'UN PAIEMENT? COMBIEN DE TEMPS S'ÉCOULE-T-IL ENTRE LA DATE DE FACTURATION ET L'ENVOI DU RELEVÉ?

Tous les distributeurs de crédit avec lesquels nous sommes entrés en contact offrent une période sans intérêt, en général de 25 à 30 jours. Cette notion de période sans intérêt est trouée d'ambiguïtés. Commence-t-elle le jour de l'achat à la date de facturation indiquée sur l'état de compte, ou à la date de réception de l'état de compte? Si le paiement est effectué par la poste, doit-on prévoir un certain délai? Doit-on également prévoir un délai pour le traitement du paiement par le service de comptabilité? De combien de temps un client dispose-t-il pour régler son compte sans avoir à payer de l'intérêt? Par ces questions, nous avons voulu avoir une définition plus précise de la période sans intérêt.

### *Résumé*

La majorité des sociétés nous ont révélé qu'à partir de la réception du paiement au centre d'informatique, il faut normalement compter moins de 24 heures et pas plus de 48 heures pour que le paiement soit porté au compte et, par conséquent, inscrit sur l'état de compte suivant. Chez Eaton et La Baie, les nouvelles caisses enregistreuses «280» installées dans bon nombre de magasins élimineront beaucoup de retards. Ces caisses sont reliées au centre de traitement des données et le paiement est inscrit dès qu'il est reçu.

Les retards se produisent lorsqu'un paiement est effectué à la succursale d'un magasin ou à la banque le jour d'échéance. Il faudra souvent plusieurs jours pour qu'un paiement parvienne au centre de traitement et soit porté à un compte. Il est alors possible que l'intérêt soit calculé à partir du solde, même s'il y a eu paiement. Canadian Tire pour sa part accorde un délai de grâce sans intérêt à moins qu'aucun paiement n'ait été effectué au cycle de facturation suivant. Cette politique a été adoptée à cause de la lenteur du service postal au centre de traitement de la société à Welland, Ontario. Chez Eaton, les paiements sont reportés au jour de la transaction plutôt qu'à la date de traitement et les corrections nécessaires apportées sur le relevé suivant. Par contre, chez Kresges, le paiement doit parvenir au centre d'informatique avant la date d'échéance, sinon l'intérêt sera exigé.

Tous conviennent que la période écoulée entre la date de facturation et celle de réception par le client réduit la période sans intérêt. Beaucoup de compagnies mettent les relevés à la poste de deux à quatre jours après la facturation. Compte tenu d'un délai postal de deux à trois jours, la période libre d'intérêt est amputée d'au moins six à huit jours. Master Charge poste ses relevés le jour de facturation ou pas plus d'un jour plus tard.

Les maisons qui emploient un système de facturation avec reçus tardent plus à envoyer les états de compte; ce retard peut même être de 7 à 8 jours après la facturation. La cause en est entièrement attribuée au traitement additionnel de reçus que requiert cette méthode.

13. AVEZ-VOUS DES DONNÉES SUR LE NOMBRE D'ACHATS EFFECTUÉS AVEC DES CARTES DE CRÉDIT PERDUES OU VOLÉES? DANS UNE TELLE SITUATION, QU'ELLE EST VOTRE POLITIQUE À L'ÉGARD DU PROPRIÉTAIRE DE LA CARTE?
14. QUEL POURCENTAGE DES RECETTES TOTALES DE CRÉDIT REPRÉSENTE CES PERTES?

Les lois en matière de protection des consommateurs de toutes les provinces limitent la responsabilité en cas d'achats non autorisés faits avec une carte perdue ou volée. Dans certains cas, la responsabilité est abolie tandis que dans d'autres, elle est limitée à \$50. La législation américaine contient également des dispositions visant à limiter la responsabilité du consommateur.

Cette question vise premièrement à analyser la possibilité d'abolir, totalement par voie de législation, la responsabilité, et deuxièmement, à bien comprendre l'impact des mesures législatives en vigueur à cet égard. Obligent-elles les distributeurs de crédit à augmenter leurs normes de sécurité? Ces pertes se traduisent-elles par des prix plus élevés?

#### *Résumé*

Toutes les compagnies ont indiqué que les pertes causées par l'utilisation frauduleuse de cartes de crédit perdues ou volées sont minimes. Ces pertes se chiffrent entre .01 % et 2 % des recettes totales, et sont généralement bien inférieures à 1 %.

La politique de chaque distributeur envers le détenteur de la carte est généralement expliquée sur le contrat. Bon nombre d'entre eux stipulent que le détenteur est responsable des premiers \$50. Cependant, plusieurs sociétés ont souligné que si le propriétaire de la carte les avise de la perte, les \$50 ne sont jamais exigés. Mais tous sont d'accord pour dire que le fait de libérer le consommateur de toute obligation pourrait peut-être le porter à la négligence.

15. LES FRAIS D'ADMINISTRATION SONT-ILS RÉTROACTIVEMENT ANNULÉS DANS LE CAS DE MARCHANDISES DÉFECTUEUSES RETOURNÉES?

Si un consommateur retourne un article qui s'est avéré défectueux en dedans des délais prescrits, ou encore si un distributeur de crédit permet de retourner la marchandise même si elle n'est pas défectueuse, le consommateur aura-t-il à payer des frais d'administration? Autrement dit, la transaction est-elle alors complètement effacée et l'acheteur reçoit-il alors un crédit équivalent au prix et à l'intérêt?

#### *Résumé*

Les détaillants et les maisons de crédit tripartites n'ont pas de ligne de conduite commune. Selon Kresges/K-Mart, les frais sont annulés automatiquement lorsqu'un article est retourné. Chez Simpsons Sears, ces frais sont enlevés de façon rétroactive lorsque la date d'achat est connue. Toutefois, les clients ont souvent tendance à abuser: croyant que la marchandise doit être retournée avant une date déterminée, le client mentira et dira au vendeur que l'article en question a été acheté «la semaine d'avant» alors qu'il l'a acheté «deux mois plus tôt».

La plupart de sociétés ne suppriment pas les frais d'administration dans de telles situations, mais elles le feront à la demande du client par souci de maintenir de bonnes relations avec le client.

En raison de la nature de ses opérations, la question est sans objet pour American Express.

#### 15. TRIPARTITES:

- a. EXIGEZ-VOUS LE PAIEMENT DES MARCHANDISES DÉFECTUEUSES?
- b. SI VOTRE COMPAGNIE DEVAIT ASSUMER LA RESPONSABILITÉ DANS UN TEL CAS, VOS OPÉRATIONS DE CRÉDIT EN SERAIENT-ELLES INFLUENCÉES?
- c. COMBIEN DE TEMPS S'ÉCOULE-T-IL AVANT QUE VOUS NE SOYEZ AVISÉS D'UN RETOUR? LES FRAIS SONT-ILS ALORS ANNULÉS DE FAÇON RÉTROACTIVE?

L'aspect le plus original peut-être du Fair Credit Billing Act américain a été de rendre et le distributeur de crédit tripartite et le marchand responsables, dans des circonstances déterminées, des plaintes du consommateur au sujet de marchandises et de services. Au Canada, les principales compagnies tripartites – Chargex, Master Charge et American Express – sont libérées de toute responsabilité. Seul le consommateur est responsable du paiement du principal et de tous frais d'administration, même si sa revendication contre le marchand est justifiée – par exemple, si la marchandise est défectueuse.

Quelles seraient les répercussions sur les tripartites canadiennes d'une législation semblable au Fair Credit Billing Act? Lors d'audiences devant le Sénat américain, les principales compagnies tripartites ont prétendu qu'il leur serait virtuellement impossible de poursuivre leurs opérations aux mêmes taux sans subir de pertes si cette disposition était adoptée. Leurs collègues canadiens sont-ils du même avis et, dans l'affirmative, sur quelle information concrète s'appuient-ils? Il est à remarquer qu'aux États-Unis, le Federal Trade Commission a promulgué une nouvelle règle (14 CFR 433) en vertu de laquelle tous les contrats de crédit au consommateur doivent indiquer que la compagnie contractante sera également visée par tout recours du consommateur contre le vendeur.

En ce moment, un consommateur peut, dans bon nombre de cas, obtenir une note de crédit du marchand en retournant un article acheté avec une carte tripartite. Le marchand en informe alors le distributeur de crédit, qui fait le rajustement au compte du client. La question 15b vise à déterminer la durée de tout ce processus et si les frais d'administration de service sont alors annulés de façon rétroactive.

De plus, nous avons tenté de savoir si les tripartites avaient adopté une politique de médiation. Si le consommateur formule une plainte et que le marchand se montre intransigeant, le distributeur essayera-t-il de jouer le rôle de médiateur? Interviendra-t-il pour redresser un tort ou sa politique l'en empêchera-t-elle?

#### *Résumé*

Nous avons interrogé à ce sujet American Express, Master Charge et les banques qui participent au programme Chargex.

American Express et la Banque Royale (Chargex) interviennent dans les différends entre consommateurs et marchands. Toronto Dominion (Chargex) annulera le compte d'un marchand

s'il y a beaucoup de plaintes contre lui, tandis que la Banque de Nouvelle-Écosse (Chargex) accordera un crédit à un client dont la réclamation est justifiée. Seule la compagnie Master Charge a révélé être de prime abord impartiale mais elle interviendra en faveur de l'une ou l'autre des parties selon les circonstances. Dans certains cas, cette compagnie absorbera même une perte.

Si les compagnies tripartites canadiennes étaient obligées de prendre le parti du consommateur, American Express et la banque de Nouvelle-Écosse (Chargex) estiment que leurs opérations de crédit n'en souffriraient pas beaucoup. Les banques Royale et Toronto-Dominion conviennent qu'elles ne pourraient absorber ces pertes additionnelles sans augmenter leurs taux d'intérêt.

Toutes les compagnies nous ont expliqué que la réception des notes de crédit et leur report au compte du client ne dépendent que du marchand – c'est-à-dire quand il fait ses dépôts. En général, les notes de crédit sont portées au compte du client au plus tard une semaine après leur émission, mais le tout peut prendre deux semaines si le marchand est négligent.

16. AVEZ-VOUS UN BUREAU DE PLAINTES ET DE DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS?
17. COMBIEN D'EMPLOYÉS Y TRAVAILLENT?
18. JUSQU'À QUEL POINT SONT-ILS RESPONSABLES ET INDÉPENDANTS? PEUVENT-ILS PRENDRE DES DÉCISIONS EN MATIÈRE DE CRÉDIT OU DOIVENT-ILS S'EN RÉFÉRER À LEURS SUPÉRIEURS HIÉRARCHIQUES?
19. Y A-T-IL UNE MÉTHODE SPÉCIALE POUR DÉCIDER DE LA VALIDITÉ DE LA PLAINTÉ D'UN CONSOMMATEUR?
20. ESSAIE-T-ON DE RÉGLER LES DIFFÉRENDS DANS UN DÉLAI PRESCRIT? TOUTE DÉCISION AU SUJET D'UNE PLAINTÉ EST-ELLE JUSTIFIÉE PAR DES DOCUMENTS À L'APPUI?
21. TENEZ-VOUS UN REGISTRE DU NOMBRE ET DU TYPE DE PLAINTES REÇUES? PEUT-IL ÊTRE CONSULTÉ?

Un des principaux arguments des consommateurs contre les méthodes de facturation est la «bêtise» de l'ordinateur. Qui n'a pas entendu d'anecdotes au sujet de gens qui recevaient automatiquement de l'ordinateur des réponses n'ayant rien à voir avec leurs demandes de renseignements et ce, durant des mois et même des années lorsqu'ils ont tenté de se plaindre à un fournisseur de crédit! Ainsi, un des points les plus importants sur lesquels la réglementation de l'industrie des cartes de crédit doit se pencher est la méthode suivie par les distributeurs de crédit dans le cas de plaintes ou de demandes de renseignements des consommateurs. Ces questions ont pour but de donner une vue d'ensemble des politiques et méthodes adoptées par les maisons de crédit à cet égard dans les conditions actuelles.

### *Résumé*

Toutes les compagnies auxquelles nous nous sommes adressés ont mis sur pied des centres d'information et de plaintes au sujet de la facturation. Elles ont généralement un service de relations publiques distinct ou encore le service de crédit se charge des demandes de renseignements. On nous a dit que les commis qui prennent les appels peuvent généralement

trouver la solution des problèmes. Ils peuvent rajuster les comptes jusqu'à une certaine somme. Au-delà de cette limite, (que les compagnies ne nous ont pas précisée) les corrections ne seront probablement pas apportées le même jour, et il faudra faire appel soit à un directeur de crédit, soit au personnel de vente, ou aux deux.

Presque tous nous ont déclaré avoir pour objectif de régler ces problèmes de facturation «le plus tôt possible — dans les 24 heures». Certaines suppriment les articles en litige du compte et les portent à un compte en instance. La somme n'est reportée au compte du client que lorsque le différend est réglé, ce qui fait qu'aucun intérêt ne peut être exigé.

La majorité des compagnies ont des dossiers sur les demandes de renseignements par téléphone, mais cette information est considérée comme confidentielle. Certaines compagnies ne divisent pas les plaintes par catégorie; les demandes au sujet des factures sont tout simplement combinées avec les autres. Par conséquent, nous ne reproduirons pas ici les quelques statistiques que nous avons pu obtenir.

Si une réponse ne peut être donnée tout de suite (délai d'une semaine à un mois) ou si des recherches s'imposent, presque toutes les compagnies informent le consommateur par téléphone ou lettre qu'une enquête est en cours. Généralement, les différends sont réglés en deux mois ou moins (ou lors de la deuxième facturation).

22. SI AUCUN PAIEMENT N'EST EFFECTUÉ POUR UNE TRANSACTION EN LITIGE, EN INFORMEZ-VOUS UN BUREAU DE CRÉDIT? EN DÉCLAREZ-VOUS LE MONTANT?
23. SI LEDIT PAIEMENT EST EFFECTUÉ PLUS TARD, EN INFORMEZ-VOUS LE BUREAU DE CRÉDIT ET APPORTEREZ-VOUS UNE CORRECTION AU RAPPORT PRÉCÉDENT?

Le distributeur de crédit possède d'importants renseignements sur le consommateur, et leur diffusion peut l'aider à obtenir du crédit ou l'en empêcher.

### *Résumé.*

Ontario Hydro, Consumers Gas et American Express ne donnent jamais de renseignements de cette nature aux bureaux de crédit. Bell Canada n'échange généralement pas de renseignements mais leur communique les comptes devenus de mauvaises créances.

Les autres maisons n'informent pas les bureaux de crédit des comptes en souffrance; dans le cas d'un différend au sujet d'un compte, aucun rapport ne sera fait tant qu'une décision finale n'aura pas été rendue à ce sujet.

À la demande d'un bureau de crédit, les compagnies donneront la cote de crédit d'un client mais tout compte en litige sera désigné comme tel ou ne sera pas mentionné (surtout si la somme en souffrance a été placée dans un compte en instance).

Presque toutes les compagnies ont révélé que les nouveaux renseignements visant à mettre à jour un rapport antérieur ne sont jamais fournis automatiquement. Kresges le fera seulement à la demande du client et Master Charge indiquera qu'un compte «mauvaise créance» a été payé. Bell Canada et Texaco font exception: elles avisent automatiquement le bureau de crédit des corrections à apporter à un rapport.



## RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE MENÉE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

Cette section présente les points saillants de l'enquête menée auprès des consommateurs. Les questions et les résultats sont détaillés à l'Appendice V.

### **Connaissance des conditions de crédit:** (Première partie des résultats du questionnaire)

La majorité des consommateurs qui ont un compte dont l'intérêt ne court pas pendant une certaine période semblent le savoir; cependant, la plupart d'entre eux croient que cette période est de 30 jours ce qui, en fait, n'est valable que pour Eaton, Simpsons et La Baie. La plupart des consommateurs semblent aussi être au courant qu'un solde qui n'est que partiellement payé avant une certaine date entraîne des intérêts et des frais d'administration; toutefois, le nombre de ceux qui n'en étaient pas certains est quand même imposant. De plus, il semble qu'un très petit nombre connaissent exactement le taux véritable de l'intérêt ou des frais d'administration ajoutés à leur compte. Il est intéressant de noter que 48.2 % des personnes interrogées vérifieraient les chiffres sur les relevés si le taux d'intérêt ou les frais d'administration y étaient indiqués. Mais ce calcul est aussi futile qu'impossible si le taux et la méthode de calcul ne sont pas connus\*.

Ce sont les usagers de comptes tripartites qui semblent connaître le mieux leurs conditions de crédit. Une majorité élevée savait qu'en cas de contestation, le règlement de la plainte incombe au commerçant, même si un faible pourcentage d'entre eux (6.8 %) se sont plaints directement au distributeur de crédit. Dans 66.7 % de ces cas, le distributeur de crédit en a assumé la responsabilité. L'échantillonnage est restreint; néanmoins, les résultats de l'enquête menée auprès des distributeurs de crédit a également indiqué que certains distributeurs de crédit interviennent souvent dans les différends entre commerçant et consommateur.

### **Habitudes en matière de paiement:**

D'après la majorité des consommateurs (habituellement plus de 70 % pour la plupart des comptes), la façon la plus répandue de vérifier les montants du relevé est de conserver les reçus, bien qu'un grand nombre utilise d'autres méthodes. Dans le cas de certains services publics, l'électricité et le mazout notamment, les gens ont pour la plupart déclaré qu'ils n'avaient réellement aucun moyen de vérifier l'exactitude du montant d'une facture. Les consommateurs ayant souvent plusieurs comptes à la fois, la paperasse qu'ils doivent ramasser, trier et conserver devient de plus en plus volumineuse, plus particulièrement au fur et à mesure que les entreprises utilisent la méthode descriptive de facturation.

Des interviewés, cependant, 33.8 % ne sont pas satisfaits de cette nouvelle méthode (voir l'Appendice IV). Le plus souvent ils se plaignent de la difficulté éprouvée à déterminer la nature des achats indiqués dans le relevé. Parmi les suggestions en vue d'améliorer les systèmes de facturation, la majorité souhaitent que les sociétés recommencent à fournir les reçus avec le relevé.

Il est assez intéressant de noter que 41.5 % des participants ont dit que, si on leur en offrait la possibilité, ils préféreraient choisir eux-mêmes les dates de facturation. Les distributeurs de crédit ont fait savoir que c'était possible, sauf bien entendu dans les cas où le système de facturation est alphanumérique (en fonction des noms de famille) ou, dans le cas des comptes d'électricité,

---

\* La législation provinciale exige de mentionner le taux dans le contrat et d'aviser le client de toute modification. En outre, on peut également indiquer le taux sur le relevé périodique.

lorsque la date de facturation est fonction de la date de lecture du compteur. Texaco a toutefois souligné qu'il y a plusieurs années, ses formulaires de demande de crédit offraient cette formule aux consommateurs, mais que si peu de gens s'en étaient prévalus qu'elle avait été abandonnée dans les formulaires subséquents.

### Fréquence des erreurs de facturation relevées:

Du total des personnes interrogées par téléphone, 48.2 % se souviennent d'avoir constaté une erreur dans la facture ou le relevé. La vérification des relevés ne peut en aucune façon prévenir ou rectifier une erreur; en fait, nous n'avons trouvé aucune relation entre des variables telles que le sexe, la connaissance des conditions de crédit, le revenu et le niveau d'instruction (pour n'en nommer que quelques-unes) et la possibilité de constater des erreurs. N'importe qui, semble-t-il, peut en être la victime à son insu.

En vue de déterminer l'étendue des plaintes déposées par d'autres consommateurs en matière d'erreurs de facturation, nous avons visité plusieurs bureaux de plaintes des consommateurs et avons étudié leurs dossiers, notamment le bureau central de la Case postale 99 à Ottawa, les bureaux régionaux du ministère de la Consommation et des Corporations à Toronto, le Bureau de protection du consommateur du ministère de la Consommation et du Commerce de l'Ontario et le Bureau d'éthique commerciale de Toronto. Comparés aux résultats de notre enquête, leurs chiffres semblent très bas. Il est à noter qu'ils représentent des plaintes «officielles»; ils ne comprennent pas nécessairement toutes les erreurs «constatées» ni même «faites». Nous sommes d'avis que la plupart des consommateurs, que ce soit par manque d'information sur ces recours ou pour toute autre raison, ne se servent pas de ces organismes d'aide au consommateur. Le total des plaintes reçues par les divers bureaux et les résultats de notre enquête viennent étayer cette hypothèse. Les chiffres montrent que seulement 2.9 % des gens qui ont constaté une erreur de facturation ont fait appel à ces organismes. Il se peut que les consommateurs croient, peut-être avec raison, qu'une erreur de quelques cents ou dollars ne justifie pas des plaintes plus poussées.

Nous devons faire une autre mise en garde. Les recherches parmi les dossiers de divers organismes ont été menées sur place et, dans bien des cas, les dossiers n'étaient pas bien classés et d'autres n'étaient pas disponibles pour étude. Par conséquent, les risques d'erreurs sont plutôt élevés. Nous avons étudié les griefs des consommateurs sur tous les sujets et les plaintes relatives à la facturation seulement de 1973 à 1975. Ces dernières représentaient très peu en nombre et pourcentage, le total des griefs reçus par le ministère de la Consommation et des Corporations (région de l'Ontario), le Bureau de protection du consommateur, le Bureau d'éthique commerciale et le bureau central de la Case postale 99.

Nous désirions également étudier les dossiers de «Star Probe», rubrique quotidienne du journal *Toronto Star* qui tente de résoudre toutes sortes de problèmes pour les consommateurs. Ces dossiers n'étaient, toutefois, pas disponibles; cependant, la consultation de la rubrique pendant quelques mois a révélé que les erreurs de facturation sont souvent le centre des préoccupations du public. En fait, un récent article relatif au système informatisé de facturation paru dans le *Toronto Star* du 15 septembre 1975 le confirme: «Star Probe files are filled with cases where people found errors in their computerized bills». (Les dossiers de «Star Probe» portent principalement sur des erreurs dues au système informatisé de facturation).

\* La probabilité que les personnes du groupe étudié répondent de la même façon est de  $0.482 \pm 0.051$  selon un intervalle de confiance de 95 %. Ce résultat est plutôt surprenant car il est probable que bien des erreurs de facturation ne sont pas remarquées.

Le genre d'erreur dont les consommateurs se plaignent ne semblent pas être en rapport avec les conditions de crédit. Les deux erreurs les plus courantes ont trait à l'informatique. Les gens se plaignent surtout que des débits sont inscrits au compte pour des achats qu'ils n'ont pas faits (53.8 %) et que des crédits n'apparaissent pas correctement sur le relevé (13.9 %). Et dans 97.1 % des cas, d'après les consommateurs interrogés, on découvre par la suite que l'erreur avait été commise par les entreprises.

Au moment de l'enquête, les consommateurs interviewés avaient obtenu satisfaction pour la grande majorité des plaintes (plus de 90 %). Dans 61.4 % des cas, ce fut fait au cours du même mois et avant la date de facturation suivante. Mais pour les plaintes qui ne furent pas réglées tout de suite, de moins en moins d'erreurs étaient rectifiées au fur et à mesure que le temps passait, (7.4 %) jusqu'à ce que le pourcentage d'erreurs rectifiées atteigne un minimum au bout de 2 à 3 mois. Puis, au bout des 3 mois suivant la première plainte, le pourcentage d'erreurs rectifiées augmentait (15.9 %).

Ces résultats semblent contredire les rapports des distributeurs de crédit interrogés. La plupart ont indiqué que si des erreurs de facturation ne pouvaient être rectifiées dans les jours qui suivaient la plainte ou, au plus, avant la période de facturation suivante, le montant contesté était inscrit dans un compte en suspens et qu'aucun intérêt ne courait ou que les consommateurs recevaient une lettre les informant des progrès de l'enquête. Mais 29.6 % des consommateurs ont déclaré que l'intérêt était, ou est toujours, exigé et seul un faible pourcentage a affirmé avoir reçu une lettre ou une explication.



## CONCLUSIONS

Les résultats de l'enquête menée auprès des consommateurs ont démontré qu'un nombre imposant de personnes avaient constaté des erreurs de facturation dans leurs relevés. La plupart de ces erreurs était due aux ordinateurs, comme par exemple, la facturation d'un article au mauvais compte. Seules quelques erreurs relevaient de la non-observation des dispositions de la loi ou des stipulations du contrat. Cependant, nous n'avons pas assez de données pour tirer des conclusions sur ce dernier point. En général, les plaintes sont réglées rapidement, bien que dans 69.5 %, il n'y ait pas eu d'accusé de réception officiel, ce qui n'a pas manqué d'irriter les consommateurs.

En ce qui a trait aux distributeurs de crédit interrogés, les commerçants ont tendance à faire du crédit pour augmenter leurs ventes et non pour en tirer des bénéfices. Les transactions à crédit représentaient effectivement une grande proportion des ventes. Les différentes méthodes pour le calcul des frais d'administration employées (solde quotidien moyen, solde rajusté, solde précédent) ajoutent à la confusion du consommateur. Il existe un manque additionnel de normalisation en ce qui a trait aux frais relatifs aux marchandises retournées. Cependant, toutes les entreprises interrogées avaient un service chargé des plaintes des consommateurs, ce qui indique l'importance accordée aux relations avec les consommateurs et le nombre de plaintes qu'ils doivent recevoir.

Il serait incongru de faire des recommandations définitives fondées sur ce qui est en fait une analyse préliminaire des méthodes des facturations; il ne s'agissait pas de l'objectif de l'étude. Toutefois, plusieurs points peuvent être isolés.

La législation actuelle paraît inefficace, en raison, partiellement, des recours légaux peu nombreux et inadéquats dont dispose le consommateur et de l'ambiguïté des lois: par exemple, les formulaires de demande de crédit doivent-ils stipuler toutes les conditions de crédit? De plus, au Canada, les différentes lois de protection du consommateur manquent d'uniformité. De notre étude empirique, nous constatons le besoin d'adopter une loi, peut-être semblable au *Fair Credit Billing Act*, qui obligerait les distributeurs de crédit à donner suite aux plaintes des consommateurs. Il serait également souhaitable de normaliser la méthode de calcul de l'intérêt. De nouveau, la solution semble être l'adoption d'une loi, et son uniformité dans ce domaine serait très importante. Informer les consommateurs de leurs droits devient crucial, car les droits ignorés sont inutiles. Il serait peut-être valable d'étudier la possibilité d'une loi obligeant le distributeur de crédit à joindre périodiquement un tel avis aux relevés.

En ce qui a trait aux recours légaux, on dit souvent que leur application est encombrante et coûteuse. Il ne relève pas de la présente étude d'établir la justesse d'une telle déclaration. Mais il est clair que l'administration publique ne peut trouver remède à toutes les violations de contrats ou de la loi.

La valeur des droits civils actuels est également mise en doute. Il est futile de se présenter devant un tribunal pour une plainte mineure. Les poursuites collectives ne sont possibles que pour les quelques occasions où le consommateur se plaint de la même chose que d'autres, c'est-à-dire lorsqu'il y a infraction systématique de la loi par le distributeur de crédit. Même lorsqu'il est possible de les envisager, la plupart des provinces n'admettent pas la formule des honoraires conditionnels; par conséquent, le demandeur en nom risque d'avoir à payer tout seul des frais accablants s'il perd sa cause. De plus, au Canada, les poursuites collectives sont harcelées de requêtes préliminaires adressées au tribunal dans le but d'arrêter les poursuites et de décourager le demandeur. Bien des gens se désistent avant que la cause soit présentée au tribunal.

Bien entendu, les gouvernements fédéral et provinciaux envisagent actuellement certaines solutions. Nous n'en discuterons pas ici, sauf pour souligner que le gouvernement fédéral a l'intention de légiférer bientôt sur les pratiques commerciales. Comme nous l'avons déjà dit, l'uniformité des lois d'une province à l'autre serait la bienvenue.

## APPENDICE 1

### QUESTIONNAIRE AUQUEL ONT RÉPONDU LES DISTRIBUTEURS DE CRÉDIT

1. Combien de comptes actifs détenez-vous?
2. Visez-vous un segment précis du marché?  
Atteignez-vous cet objectif?
3. Détail, Essence:
  - a. Pouvez-vous exprimer, en dollars, vos ventes totales, vos ventes à crédit, les revenus et les coûts attribuables au crédit?  
Tripartite:
  - b. Quel pourcentage des prêts aux consommateurs représentent les comptes de crédit? Y a-t-il augmentation ou diminution par rapport aux années précédentes?
4. Tirez-vous des bénéfices de vos opérations de crédit? Dans la négative, pourquoi continuer?
5. Vous servez-vous de votre système de crédit à des fins publicitaires, notamment les offres spéciales, etc., ou en utilisant vos listes d'adresses? Combien épargnez-vous sur les frais publicitaires?
6. Vos opérations de crédit sont-elles informatisées: Utilisez-vous un système de facturation descriptive ou avec reçus? Combien coûterait-il de changer de méthode? Envisagez-vous un tel changement?
7. Quel est le pourcentage de compter entièrement payés au cours de la période sans intérêt?
8. Pour ce qui est des autres, pendant combien de temps sont-ils en souffrance en moyenne? Quel est le montant moyen, en dollars?
9. Quelles sont les catégories de revenu qui payent leurs comptes en entier durant la période libre d'intérêt et quelles sont celles qui ne le font pas?
10. Vente au détail et essence: Si vous n'offriez pas la possibilité d'acheter à crédit, vos prix seraient-ils plus élevés, moindres ou identiques?
11. Comment calculez-vous vos frais d'administration: À partir du solde précédent, du solde rajusté, de la moyenne quotidienne la plus élevée, etc.? Pourquoi avez-vous choisi cette méthode?
12. Combien de temps faut-il au service de la comptabilité pour effectuer le traitement d'un paiement? Combien de temps s'écoule-t-il entre la date de facturation et l'envoi du relevé?
13. Avez-vous des données sur le nombre d'achats effectués avec des cartes de crédit perdues ou volées? Quelle est alors votre politique à l'égard du propriétaire de la carte?

14. Quel pourcentage des recettes totales de crédit représente ces pertes?

15. Les frais d'administration sont-ils rétroactivement annulés dans le cas de marchandises défectueuses retournées?

*Tripartites seulement:*

- a. Exigez-vous le paiement des marchandises défectueuses?
- b. Si votre compagnie devait assumer la responsabilité dans un tel cas, vos opérations de crédit en seraient-elles influencées?
- c. Combien de temps s'écoule-t-il avant que vous ne soyez avisés d'un retour? Les frais sont-ils alors annulés de façon rétroactive?

*Pour tous*

16. Avez-vous un bureau de plaintes et de demandes de renseignements?

17. Combien d'employés y travaillent?

18. Jusqu'à quel point sont-ils responsables et indépendants? Peuvent-ils prendre des décisions en matière de crédit ou doivent-ils s'en référer à leurs supérieurs hiérarchiques?

19. Y a-t-il une méthode spéciale pour décider de la validité de la plainte d'un consommateur?

20. Essaie-t-on de régler les différends dans un délai prescrit? Toute décision au sujet d'une plainte est-elle justifiée par des documents à l'appui?

21. Tenez-vous un registre du nombre et du type de plaintes reçues? Peut-il être consulté?

22. Si aucun paiement n'est effectué pour une transaction en litige, en informez-vous un bureau de crédit? En déclarez-vous le montant?

23. Si le dit paiement est effectué plus tard, en informez-vous le bureau de crédit et apporterez-vous une correction au rapport précédent?

24. Le client peut-il choisir sa propre date de facturation?

25. Quelle politique adoptez-vous pour les paiements, en cas de grève ou de retard postal?

26. Combien de temps s'écoule-t-il entre la date de facturation d'un relevé et sa mise à la poste?

## APPENDICE II

60, ouest, avenue Saint-Clair  
Porte N° 6  
Toronto (Ontario)  
M4V 1M7

Le 21 juillet 1975

Cher membre de l'ACC,

L'Association canadienne des consommateurs (section de Toronto) a reçu du Conseil de recherche en consommation et du Secrétariat d'État des fonds lui permettant de poursuivre son étude entreprise il y a deux ans sur les méthodes de facturation. Nous avons embauché plusieurs étudiants pour l'été qui effectueront des recherches sur les méthodes de facturation.

Une grande partie de l'étude sera consacrée à mener une enquête auprès des membres de la région par téléphone. Votre nom a été choisi au hasard sur la liste des membres; un enquêteur téléphonera chez vous dans quelques jours. En vue de conserver votre anonymat, l'enquêteur ne connaîtra que votre numéro de téléphone. Nos questions ne prendront que quelques minutes.

Le succès de cette étude dépend de votre collaboration. Pour plus de renseignements sur l'enquête, veuillez communiquer avec le bureau responsable du projet au numéro 923-3439.

Veuillez agréer l'expression de nos salutations distinguées.

La présidente

La coordonnatrice du projet

(Mme) L.J. Rubino

(Mme) C.G. Barrick



## APPENDICE III

60 ouest, avenue Saint-Clair  
Porte N° 6  
Toronto (Ontario)  
M4V 1M7

Le 21 juillet 1975

Cher consommateur,

L'Association des consommateurs du Canada est un organisme à but non lucratif, formée de volontaires qui s'efforcent de faire connaître l'opinion des consommateurs au gouvernement, au monde des affaires et au milieu industriel, tout en informant le public en général sur les biens et services disponibles sur le marché et sur les résultats d'analyses de produits effectuées par ses soins.

Nous avons besoin de votre assistance pour mener une enquête sur les systèmes de facturation informatisés des comptes de crédit. Cette étude est menée de concert avec le Conseil de recherche en consommation, organisme fédéral, et ses résultats profiteront à tous les citoyens canadiens.

L'enquête consiste à appeler un certain nombre de gens de la région par téléphone. Votre nom a été choisi au hasard dans l'annuaire téléphonique. Une enquêteur appellera chez vous dans quelques jours. Afin d'assurer votre anonymat, l'enquêteur ne connaîtra que votre numéro de téléphone. Nous ne vous demandons que quelques minutes pour répondre à un questionnaire.

Le succès de cette étude dépend, en grande partie, de votre collaboration. Pour plus de renseignements sur l'enquête, veuillez communiquer avec notre bureau, au numéro 923-3439.

Veuillez agréer l'expression de nos salutations distinguées.

La présidente

(Mme) L.J. Rubino

La coordonnatrice du projet

(Mme) C.G. Barrick



## APPENDICE IV

### TABLEAU DES RÉPONSES À L'ENQUÊTE PAR TÉLÉPHONE

#### Appels complétés:

|                                    |     |     |
|------------------------------------|-----|-----|
| réponses valables                  | 367 |     |
| feuilles de réponses inadmissibles | 23  |     |
|                                    |     | 390 |

#### Pas de réponse:

|                                  |     |     |
|----------------------------------|-----|-----|
| problème linguistique            | 55  |     |
| pas de service au numéro composé | 65  |     |
| refus de répondre                | 166 |     |
| maison d'affaires                | 46  |     |
|                                  |     | 332 |

#### Rappels:

|                  |  |       |
|------------------|--|-------|
| Toujours absents |  | 778   |
|                  |  | 1,500 |



## APPENDICE V

### RÉPONSES DES CONSOMMATEURS AU QUESTIONNAIRE

Les chiffres qui suivent représentent des pourcentages de l'échantillonnage

#### PARTIE I

1. Triage des participants
2. Triage des participants
3. Votre crédit est-il limité?

|                                   | *Oui       | Non  | Incertains | Pas de réponse |
|-----------------------------------|------------|------|------------|----------------|
| La Baie                           | 27.8       | 47.2 | 22.2       | 2.8            |
| Canadian Tire                     | 43.8       | 31.3 | 25.0       | —              |
| Eaton                             | 37.4       | 44.4 | 17.2       | 1.0            |
| Esso                              | 10.7       | 67.9 | 21.4       | —              |
| Kresges                           | 50.0       | 50.0 | —          | —              |
| Shell                             | 10.0       | 53.3 | 33.3       | 3.3            |
| Simpsons                          | 27.7       | 52.1 | 19.1       | 1.1            |
| American Express                  | 50.0       | 35.7 | 14.3       | —              |
| Chargex — Banque Royale           | 92.3       | 7.7  | —          | —              |
| Banque de Commerce                | 79.5       | 7.7  | 5.1        | —              |
| Banque Toronto-Dominion           | 76.9       | 19.2 | 3.8        | —              |
| Banque de Nouvelle-Écosse         | 84.2       | —    | 15.8       | —              |
| Master Charge, Banque de Montréal | 78.6       | 7.1  | 14.3       | —              |
| Bell Canada                       | Sans objet |      |            |                |
| Consumers Gas                     |            |      |            |                |
| Hydro                             |            |      |            |                |
| Shell (mazout)                    |            |      |            |                |
| Texaco (mazout)                   |            |      |            |                |

\* Indique une bonne réponse.

4 a. Votre compte ..... prévoit-il une période sans intérêt avant la date de paiement?

|                                      | *Oui       | Non  | Incertains | Pas de<br>réponse |
|--------------------------------------|------------|------|------------|-------------------|
| La Baie                              | 72.2       | 5.6  | 19.5       | 2.8               |
| Canadian Tire                        | 50.0       | 18.8 | 31.3       | —                 |
| Eaton                                | 80.0       | 8.1  | 11.1       | 1.0               |
| Esso                                 | 60.7       | 10.7 | 28.6       | —                 |
| Kresges                              | 50.0       | 50.0 | —          | —                 |
| Shell                                | 56.7       | 13.3 | 26.7       | 3.3               |
| Simpsons                             | 72.3       | 8.5  | 18.1       | 1.1               |
| American Express                     | 50.0       | 21.4 | 28.6       | —                 |
| Chargex — Royale                     | 84.6       | 7.7  | 7.7        | —                 |
| de Commerce                          | 76.9       | 2.6  | 15.4       | 5.2               |
| Toronto-Dominion                     | 82.6       | 4.3  | 13.0       | —                 |
| de Nouvelle-Écosse                   | 68.8       | 12.5 | 18.8       | —                 |
| Master Charge, Banque<br>de Montréal | 73.1       | 11.5 | 15.4       | —                 |
| Bell Canada                          | Sans objet |      |            |                   |
| Consumers Gas                        |            |      |            |                   |
| Hydro                                |            |      |            |                   |
| Shell (mazout)                       |            |      |            |                   |
| Texaco (mazout)                      |            |      |            |                   |

\* Indique une bonne réponse.

4 b. Pendant combien de jours l'intérêt ne court-il pas sur votre compte . . . . . ?

|                                        | Bonne<br>réponse | Mauvaise<br>réponse | Pourcentage et jours<br>des mauvaises<br>réponses | Incertains |
|----------------------------------------|------------------|---------------------|---------------------------------------------------|------------|
| La Baie (30)*                          | 70.4             | 11.1                | —                                                 | 18.5       |
| Canadian Tire (25)                     | —                | 45.5                | 72.7                                              | 27.3       |
| Eaton (30)                             | 65.8             | 13.9                | —                                                 | 20.3       |
| Esso (25)                              | 5.3              | 47.4                | 84.2                                              | 10.5       |
| Kresges (25)                           | 1 a répondu 25   |                     | 1 a répondu 30                                    |            |
| Shell (60)                             | 15.8             | 73.2                | 47.4                                              | 10.5       |
| Simpsons (30)                          | 62.9             | 18.5                | —                                                 | 18.6       |
| American Express (60)                  | 15.4             | 69.2                | 38.5                                              | 15.4       |
| Chargex — Royale (25)                  | 4.0              | 84.0                | 44.0                                              | 12.0       |
| de Commerce (25)                       | 9.4              | 81.2                | 43.8                                              | 9.4        |
| Toronto-Dominion (25)                  | 9.1              | 80.3                | 54.5                                              | 13.6       |
| de Nouvelle-Écosse (25)                | 7.7              | 84.6                | 61.5                                              | 7.7        |
| Master Charge, Banque de Montréal (25) | 16.7             | 61.1                | 33.3                                              | 22.2       |
| Bell Canada                            |                  |                     |                                                   |            |
| Consumers Gas                          |                  |                     |                                                   |            |
| Hydro                                  |                  | Sans objet          |                                                   |            |
| Shell (mazout)                         |                  |                     |                                                   |            |
| Texaco (mazout)                        |                  |                     |                                                   |            |

\* Les chiffres entre parenthèses représentent la durée de la période sans intérêt.

5 a. Si vous ne payez pas le plein montant de votre compte . . . . . avant une certaine date, vous demande-t-on de l'intérêt ou des frais additionnels?

|                                   | *Oui | Non   | Incertains | Pas de réponse |
|-----------------------------------|------|-------|------------|----------------|
| La Baie                           | 88.9 | 5.6   | 5.6        | —              |
| Canadian Tire                     | 75.0 | 6.3   | 12.5       | 6.3            |
| Eaton                             | 97.0 | 1.0   | 2.0        | —              |
| Esso                              | 92.6 | 3.7   | 3.7        | —              |
| Kresges                           | —    | 100.0 | —          | —              |
| Shell                             | 76.7 | 10.0  | 10.0       | 3.3            |
| Simpsons                          | 89.4 | 5.3   | 4.3        | 1.1            |
| American Express                  | 73.1 | 19.2  | 7.7        | —              |
| Chargex — Royale                  | 95.8 | 4.2   | —          | —              |
| de Commerce                       | 87.2 | 2.6   | 10.3       | —              |
| Toronto-Dominion                  | 84.6 | 15.4  | —          | —              |
| de Nouvelle-Écosse                | 73.7 | 5.3   | 15.8       | 5.3            |
| Master Charge, Banque de Montréal | 88.5 | 3.8   | 3.8        | 3.8            |
| Bell Canada                       | 48.4 | 30.3  | 19.7       | 1.6            |
| Consumers Gas                     | 80.0 | 11.4  | 5.7        | 2.9            |
| Hydro                             | 74.7 | 15.4  | 8.8        | 1.1            |
| Shell                             | 37.5 | 25.0  | 37.5       | —              |
| Texaco                            | 33.3 | 58.3  | 8.3        | —              |

\* Indique une bonne réponse.

5 b. Quel est le taux d'intérêt appliqué à votre compte . . . . . ?

|                                               | Bonne<br>réponse | Mauvaise<br>réponse | Incertains | Pas de<br>réponse |
|-----------------------------------------------|------------------|---------------------|------------|-------------------|
| La Baie (1.75 %/mois,<br>21 %/année)          | 9.4              | 43.8                | 37.5       | 9.4               |
| Canadian Tire (2/24)                          | 30.8             | 46.2                | 23.1       | —                 |
| Eaton                                         | 14.6             | 39.6                | 41.7       | 4.2               |
| Esso                                          | 4.0              | 48.0                | 48.0       | —                 |
| Kresges                                       | —                | —                   | 100.0      | —                 |
| Shell (1.5/18)                                | 33.3             | 29.2                | 33.3       | 4.2               |
| Simpsons (1.75/21)                            | 14.8             | 38.6                | 39.8       | 6.8               |
| American Express*                             | 16.7             | 29.2                | 54.2       | —                 |
| Chargex — Royale (1.5/18)                     | 60.9             | 13.0                | 46.2       | —                 |
| de Commerce<br>(1.5/18)                       | 41.2             | 20.6                | 38.2       | —                 |
| Toronto-Dominion<br>(1.5/18)                  |                  |                     |            |                   |
| de Nouvelle-Écosse<br>(1.5/18)                | 50.00            | 21.4                | 28.6       | —                 |
| Master Charge, Banque<br>de Montréal (1.5/18) | 39.1             | 30.4                | 30.4       | —                 |
| Bell Canada                                   | 7.8              | 17.2                | 70.3       | —                 |
| Consumers Gas                                 | 13.8             | 31.0                | 55.2       | —                 |
| Hydro                                         | —                | —                   | —          | —                 |
| Shell (mazout)                                | 33.3             | —                   | 66.7       | —                 |
| Texaco (mazout)                               | 16.7             | 16.7                | 66.7       | —                 |

\* American Express ne demande pas d'intérêt comme tel. Un forfait de \$20 par année tient lieu de frais d'administration. En cas de non-paiement dans les 90 jours, des frais supplémentaires sont exigés.

6. Avez-vous déjà payé de l'intérêt sur votre compte . . . . . ?

|                                   | Oui  | Non   | Incertains | Pas de réponse |
|-----------------------------------|------|-------|------------|----------------|
| La Baie                           | 13.9 | 86.1  | —          | —              |
| Canadian Tire                     | 50.0 | 50.0  | —          | —              |
| Eaton                             | 46.5 | 53.5  | —          | —              |
| Esso                              | 25.9 | 74.1  | —          | —              |
| Kresges                           | 50.0 | 50.0  | —          | —              |
| Shell                             | 26.7 | 70.0  | 3.3        | —              |
| Simpsons                          | 38.9 | 61.1  | 4.0        | —              |
| American Express                  | 8.0  | 88.0  | 4.0        | —              |
| Chargex — Royale                  | 47.8 | 52.2  | —          | —              |
| de Commerce                       | 47.2 | 52.8  | —          | —              |
| Toronto-Dominion                  | 56.5 | 43.5  | —          | —              |
| de Nouvelle-Écosse                | 43.8 | 50.0  | 6.3        | —              |
| Master Charge, Banque de Montréal | 28.0 | 72.0  | —          | —              |
| Bell Canada                       | 4.2  | 95.0  | 0.8        | —              |
| Consumers Gas                     | 8.3  | 91.7  | —          | —              |
| Hydro                             | 18.7 | 81.3  | —          | —              |
| Shell (mazout)                    | 12.5 | 75.0  | 12.5       | —              |
| Texaco (mazout)                   | —    | 100.0 | —          | —              |

7. D'après vous, les distributeurs de crédit sont-ils tenus d'aviser leurs clients avant d'augmenter le taux d'intérêt ou les frais d'administration? (367)\*

oui – 83.9 %      non – 8.5      incertains – 6.1      pas de réponse – 0.6

8. Que doit faire le client qui perd sa carte de crédit? (367)

|                                        |       |
|----------------------------------------|-------|
| téléphoner au distributeur de crédit   | 66.2% |
| écrire au distributeur de crédit       | 6.8   |
| téléphoner et l'aviser aussi par écrit | 19.1  |
| incertains                             | 3.0   |
| ne rien faire                          | 0.5   |
| autres (précisez)                      | 3.9   |
| pas de réponse                         | 0.5   |

9 a. Le client est-il responsable des achats faits avec sa carte sans son autorisation? (367)

oui – 49.0 %      non – 41.1      incertains – 8.2      pas de réponse – 0.5

b. Si une carte a été utilisée sans l'autorisation de son détenteur, jusqu'à quel montant, en dollars, ce dernier peut-il être tenu responsable? (180)

|                       |        |
|-----------------------|--------|
| \$50                  | 27.2 % |
| de \$51 à \$100       | 2.2    |
| plus de \$100         | 8.9    |
| incertains            | 42.8   |
| en fonction du compte | 11.7   |
| pas de réponse        | 7.2    |

10. Si un client a des problèmes avec un produit acheté au moyen d'une carte Chargex, Master Charge ou American Express où il y a trois parties impliquées – le client, le commerçant et le distributeur de crédit – qui, selon vous, doit donner satisfaction au client qui fait une plainte? (117)

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| le commerçant             | 87.2 % |
| le distributeur de crédit | 6.0    |
| les deux                  | 4.3    |
| aucun                     | 0      |
| incertains                | 2.6    |
| autres                    | 0      |
| pas de réponse            | 0      |

\* les chiffres entre parenthèses, à la suite d'une question, indiquent le total des réponses obtenues pour cette question. Les réponses sont exprimées en pourcentages.

11 a. Vous êtes-vous déjà plaint auprès d'un distributeur de crédit pour un achat? (117)

oui – 6.8 %      non – 93.2      incertains – 0      pas de réponse – 0

b. Quel a été le résultat? (9)

|                                                      |        |
|------------------------------------------------------|--------|
| il a répondu que le commerçant était responsable     | 33.3 % |
| le distributeur de crédit s'est chargé de la plainte | 66.7   |
| les deux s'en sont occupé                            | 0      |
| personne ne s'en est occupé                          | 0      |
| en suspens                                           | 0      |
| abandon de la plainte                                | 0      |
| autres                                               | 0      |

12. Selon vous, les services publics tels que Bell Canada, Hydro-Ontario et Consumers Gas ont-ils le droit de priver le client de leurs services si le compte est en souffrance? (si le client ne paie pas ses factures? )

oui – 87.7 %      non – 10.9      incertains – 1.4      pas de réponse – 0

## PARTIE II

1. Comment pouvez-vous déterminer si le relevé de votre compte ..... est exact?

|                      | Conserver<br>les reçus | Noter les<br>achats d'une<br>autre façon | Relevé<br>descriptif | Se fier au<br>distributeur ou<br>l'ordinateur | Aucun<br>moyen | Autres | Pas de<br>réponse | Autres |
|----------------------|------------------------|------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------|----------------|--------|-------------------|--------|
| La Baie              | 82.9                   | 8.6                                      | —                    | 5.7                                           | —              | 2.9    | —                 | —      |
| Canadian Tire        | 62.5                   | —                                        | 6.3                  | 6.3                                           | 6.3            | 6.3    | 12.5              | —      |
| Eaton                | 74.7                   | 13.1                                     | 4.0                  | 4.0                                           | 3.0            | —      | 1.0               | —      |
| Esso                 | 77.8                   | 11.1                                     | 7.4                  | 3.7                                           | —              | —      | —                 | —      |
| Kresges              | 50.0                   | —                                        | —                    | —                                             | —              | 50.0   | —                 | —      |
| Shell                | 79.3                   | 6.9                                      | 6.9                  | 6.9                                           | —              | —      | —                 | —      |
| Simpsons             | 77.4                   | 11.8                                     | 4.3                  | 4.3                                           | —              | 1.1    | 1.1               | —      |
| American Express     | 72.0                   | 16.0                                     | 4.0                  | 4.0                                           | 4.0            | —      | —                 | —      |
| Chargex — Royale     | 78.3                   | 17.4                                     | 4.3                  | —                                             | —              | —      | —                 | —      |
| de Commerce          | 82.1                   | 10.3                                     | 2.6                  | 2.6                                           | 2.6            | —      | —                 | —      |
| Toronto-             |                        |                                          |                      |                                               |                |        |                   |        |
| Dominion             | 82.6                   | 8.7                                      | —                    | —                                             | 4.3            | —      | 4.3               | —      |
| de Nouvelle-         |                        |                                          |                      |                                               |                |        |                   |        |
| Écosse               | 68.8                   | 18.8                                     | —                    | 12.5                                          | —              | —      | —                 | —      |
| Master Charge        |                        |                                          |                      |                                               |                |        |                   |        |
| — Banque de Montréal | 72.0                   | 16.0                                     | 4.0                  | 8.0                                           | —              | —      | —                 | —      |
| Bell Canada          | 2.6                    | 46.7                                     | 23.0                 | 13.1                                          | 13.1           | 0.8    | —                 | 0.8    |
| Consumers Gas        | —                      | 22.2                                     | —                    | 27.8                                          | 44.4           | 2.8    | —                 | 2.8    |
| Hydro                | —                      | 23.7                                     | 1.1                  | 29.1                                          | 46.2           | —      | —                 | —      |
| Shell                | 22.2                   | 33.3                                     | —                    | 22.2                                          | 22.2           | —      | —                 | —      |
| Texaco               | —                      | 33.3                                     | 8.3                  | 41.7                                          | 8.3            | 8.3    | —                 | —      |

2. De combien de temps disposez-vous, à partir de la date de réception de la facture ou du relevé de votre compte . . . . . , pour effectuer votre paiement avant la date d'échéance?

|                      | 1 semaine | 1-2 sem. | 2-3 sem. | 3-4 sem. | 4 sem. | Incertains | Autres | Pas de réponse |
|----------------------|-----------|----------|----------|----------|--------|------------|--------|----------------|
| La Baie              | 2.9       | 20.0     | 22.9     | 22.9     | 2.9    | 28.6       | —      | —              |
| Canadian Tire        | —         | 18.8     | —        | 18.8     | 12.5   | 43.8       | —      | 6.3            |
| Eaton                | 6.1       | 22.2     | 15.2     | 35.4     | 2.0    | 18.2       | 1.0    | —              |
| Esso                 | 7.4       | 11.1     | 7.4      | 33.3     | 3.7    | 33.3       | —      | 3.7            |
| Kresges              | —         | 50.0     | —        | 50.0     | —      | —          | —      | —              |
| Shell                | 10.3      | 13.8     | 10.3     | 20.7     | 6.9    | 34.5       | —      | 3.4            |
| Simpsons             | 5.4       | 21.5     | 14.0     | 35.5     | 1.1    | 20.4       | 1.1    | 1.1            |
| American Express     | 17.9      | 21.4     | 3.6      | 32.1     | 10.7   | 14.3       | —      | —              |
| Chargex — Royale     | 3.8       | 23.1     | 38.5     | 26.9     | —      | 7.7        | —      | —              |
| de Commerce          | 12.8      | 17.9     | 25.6     | 30.8     | 2.6    | 10.3       | —      | —              |
| Toronto-             |           |          |          |          |        |            |        |                |
| Dominion             | —         | 30.8     | 23.1     | 38.5     | —      | 7.7        | —      | —              |
| de Nouvelle-         |           |          |          |          |        |            |        |                |
| Écosse               | —         | 26.3     | 21.1     | 42.1     | 5.3    | 5.3        | —      | —              |
| Master Charge        |           |          |          |          |        |            |        |                |
| — Banque de Montréal | —         | 21.4     | 39.3     | 21.4     | —      | 17.9       | —      | —              |
| Bell Canada          | 18.0      | 21.3     | 5.7      | 23.0     | 5.0    | 26.2       | 0.8    | —              |
| Consumers Gas        | 16.2      | 46.0     | 8.1      | 13.5     | —      | 13.5       | —      | 2.7            |
| Hydro                | 10.8      | 51.6     | 8.6      | 8.6      | 1.1    | 19.4       | —      | —              |
| Shell (mazout)       | —         | 11.1     | —        | 55.6     | 11.1   | 11.1       | 11.1   | —              |
| Texaco (mazout)      | 41.7      | 8.3      | 8.3      | 8.3      | 8.3    | 25.0       | —      | —              |

3. Avez-vous reçu des factures ou des relevés de compte plus tard que d'habitude durant la grève postale? (367)

oui — 64.9 %      non — 22.1      incertains — 12.3      pas de réponse — 0.8

4 a. Des paiements sont-ils parvenus plus tard en raison de la grève postale? (367)

oui — 34.1 %      non — 53.4      incertains — 11.2      pas de réponse — 1.3

b. Quel distributeur de crédit a exigé de l'intérêt pour ce retard? (122)

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| Aucun                              | 78* |
| Incertain                          | 15  |
| Chargex — Banque Royale            | 2   |
| Banque de Commerce                 | 2   |
| Banque Toronto-Dominion            | 4   |
| Consumers Gas                      | 1   |
| Eaton                              | 6   |
| Esso                               | 2   |
| Hydro                              | 5   |
| Master Charge — Banque de Montréal | 2   |
| Simpsons                           | 3   |
| Woolco                             | 2   |
|                                    | 122 |

\*Ces chiffres ne sont pas exprimés en pourcent.

5 a. Êtes-vous satisfait, en général, de la description des achats sur les relevés? (237)

oui — 60.3 %      non — 33.8      incertains — 3.0      indifférents — 1.3  
pas de réponse — 1.7      pas de réponse — 1.7

b. Si non, pourquoi? (80)

|                                                            |        |
|------------------------------------------------------------|--------|
| ne peut savoir quels articles ont été achetés              | 48.3 % |
| aucune preuve (signature) que c'est moi qui les ai achetés | 2.2    |
| aucune copie des reçus                                     | 29.2   |
| autres                                                     | 4.5    |
| pas de réponse                                             | 3.4    |
| description pauvre ou incomplète des articles              | 7.9    |

- |                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| ne peut reconnaître le nom du commerçant | 3.4 |
| ne comprends pas le relevé               | 1.1 |
6. Si des frais d'administration ou de l'intérêt sont ajoutés à une facture ou un relevé que vous recevez, en vérifiez-vous l'exactitude? (367)
- |                                            |        |
|--------------------------------------------|--------|
| oui                                        | 48.2 % |
| non                                        | 23.2   |
| quelquefois                                | 7.9    |
| jamais d'intérêt ajouté/ne s'applique pas: | 19.3   |
| pas de réponse                             | 1.4    |
7. Vous est-il déjà arrivé de recevoir un compte sur lequel figurait un achat à crédit pour lequel vous n'aviez pas encore reçu la marchandise? (comme lorsque vous commandez un article dont le stock est épuisé.) (239)
- |              |            |                   |                    |
|--------------|------------|-------------------|--------------------|
| oui – 33.9 % | non – 64.9 | ne sait pas – 1.3 | pas de réponse – 0 |
|--------------|------------|-------------------|--------------------|
8. Si les distributeurs de crédit pouvaient envoyer votre relevé à n'importe quel moment du mois, préféreriez-vous choisir votre propre date de facturation, peut-être plus rapprochée de votre jour de paie? (342)
- |                      |            |                   |                    |
|----------------------|------------|-------------------|--------------------|
| oui – 41.5 %         | non – 36.8 | ne sait pas – 0.3 | indifférent – 20.5 |
| pas de réponse – 0.9 |            |                   |                    |

### PARTIE III

- 1a. Avez-vous déjà constaté une erreur dans une facture ou un relevé envoyé chez vous? (de comptes dont nous venons de parler ou d'autres) (367)
- |              |            |                  |                      |
|--------------|------------|------------------|----------------------|
| oui – 48.2 % | non – 41.1 | incertains – 9.8 | pas de réponse – 0.8 |
|--------------|------------|------------------|----------------------|
- b. Était-ce pour un compte dont vous étiez responsable? (179)
- |              |           |                    |
|--------------|-----------|--------------------|
| oui – 98.3 % | non – 1.7 | pas de réponse – 0 |
|--------------|-----------|--------------------|
2. De quel distributeur de crédit s'agissait-il? (170)
- |                  |     |
|------------------|-----|
| Air Canada       | 1 * |
| American Express | 2   |
| La Baie          | 4   |
| Bell Canada      | 37  |

\* Les chiffres à l'échelle naturelle ne représentent pas la réaction des entreprises à une plainte (si, en fait, une plainte a été déposée). Une comparaison des chiffres a révélé que Bell Canada était l'entreprise qui s'occupait le plus rapidement des plaintes de ses clients et les réglait avant la date de facturation suivante. Eaton et Simpsons ne réagissent pas aussi promptement. On ne peut pas élaborer davantage pour les autres compagnies l'échantillonnage étant trop restreint. La variation des réponses à cette question émane du fait que certains répondants ne se rappelaient pas du nom de la compagnie lors de l'interview téléphonique.

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| Chargex — Banque Royale     | 3  |
| Banque de Commerce          | 4  |
| Banque Toronto-Dominion     | 4  |
| incertains de quelle banque | 9  |
| Consumers Gas               | 4  |
| Eaton                       | 63 |
| Gulf                        | 2  |
| Hydro                       | 7  |
| Esso                        | 4  |
| Shell                       | 3  |
| Simpsons                    | 18 |
| Supertest                   | 1  |
| Texaco                      | 1  |

3. En quoi consistait l'erreur?

|                                                     |        |
|-----------------------------------------------------|--------|
| facturation pour un article que l'on n'a pas acheté | 53.8 % |
| calcul d'intérêt inexact                            | 4.6    |
| facturation inexacte pour un achat                  | 11.0   |
| un paiement n'était pas inscrit au compte           | 2.9    |
| un crédit n'avait pas été inscrit au compte         | 13.9   |
| erreur de calcul (etc.)                             | 4.0    |
| facturation avant réception de la marchandise       | 5.8    |
| autres                                              | 4.0    |
| incertains                                          | 0      |
| pas de réponse                                      | 0      |

4 a. En avez-vous avisé le distributeur par téléphone?

oui — 81.6 %      non — 17.8      incertains — 0.6      pas de réponse — 0

b. Combien de fois avez-vous dû téléphoner avant de pouvoir vous adresser au service compétent?

|                |        |
|----------------|--------|
| 1 fois         | 54.1 % |
| 2—3 fois       | 27.1   |
| 4—5 fois       | 8.1    |
| plus de 5 fois | 7.4    |
| incertains     | 3.4    |
| pas de réponse | 0      |

5 a. Avez-vous eu recours à quelqu'un d'autre?

oui – 2.9 %      non – 97.1      incertains – 0      pas de réponse – 0

b. À qui?

|                                                                      |        |
|----------------------------------------------------------------------|--------|
| Case postale 99                                                      | 30.8%  |
| Bureau de protection du consommateur                                 | 30.8   |
| Bureau d'éthique commerciale                                         | 7.7    |
| «Star Probe» (courrier du consommateur dans le <i>Toronto Star</i> ) | 0      |
| Autres (précisez)                                                    | 15.4   |
| Incertains                                                           | 0      |
| Pas de réponse                                                       | 0      |
| Commerçant/tierce partie                                             | 15.4 % |

6 a. Le distributeur a-t-il, par la suite, accusé réception de votre plainte? (174)

oui – 29.3 %      non – 69.5      incertains – 0.6      pas de réponse – 0.6

b. Comment? (52)

|                    |        |
|--------------------|--------|
| appel téléphonique | 46.2 % |
| lettre             | 51.9   |
| autre (précisez)   | 0      |
| incertains         | 1.9    |
| pas de réponse     | 0      |

7. Le problème a-t-il été réglé et votre compte rajusté, au besoin? (174)

oui – 96.0 %      non – 4.0      incertains – 0      pas de réponse – 0

8. Qui était responsable de l'erreur? (173)

|                   |        |
|-------------------|--------|
| le distributeur   | 97.1 % |
| le consommateur   | 1.2    |
| les deux          | 0      |
| incertains        | 0.6    |
| autres (précisez) | 1.2    |
| pas de réponse    | 0      |

9. Avez-vous demandé une explication au distributeur de crédit? (173)

oui – 28.3 %      non – 71.7      incertains – 0      pas de réponse – 0

10 a. En avez-vous reçu? (172)

oui – 33.1 %      non – 64.5      incertains – 2.3      pas de réponse – 0

b. Comment? (Par téléphone, lettre ou photocopie? ) (58)

|                                       |        |
|---------------------------------------|--------|
| verbalement                           | 74.1 % |
| par écrit                             | 17.2 % |
| preuve – photocopie, exemplaire, etc. | 8.6 %  |
| autres                                | 0      |
| pas de réponse                        | 0      |

11. Combien de fois avez-vous communiqué avec le distributeur au sujet de votre problème? (Par téléphone, lettre ou en personne? ) (175)

|                |        |
|----------------|--------|
| 1 fois         | 49.1 % |
| 2 fois         | 15.4   |
| 3–4 fois       | 17.1   |
| 5 fois ou plus | 17.1   |
| incertains     | 0.6    |
| pas de réponse | 0.6    |

12. Combien de temps le règlement de la plainte a-t-il pris, à partir du moment de votre première plainte auprès du distributeur? (176)

|                 |        |
|-----------------|--------|
| moins d'un mois | 61.4 % |
| 1–2 mois        | 14.2   |
| 2–3 mois        | 7.4    |
| plus de 3 mois  | 15.9   |
| incertains      | 1.1    |
| pas de réponse  | 0      |

13 a. Tentez-vous toujours de faire rectifier l'erreur? (11)

oui – 27.3 %      non – 72.7      pas de réponse – 0

b. Si non, pourquoi? (7)

|                                                            |        |
|------------------------------------------------------------|--------|
| le montant ne le justifie pas                              | 14.3 % |
| pas le temps                                               | 42.9   |
| on ne peut se battre contre le distributeur/<br>ordinateur | 0      |
| j'ai abandonné de guerre lasse                             | 28.6   |
| ça m'est indifférent                                       | 13.4 % |
| pas de raison                                              | 0      |
| autres                                                     | 0      |
| pas de raison                                              | 0      |

**14.a. Cette contestation a-t-elle eu des répercussions sur vos conditions de crédit? (127)**

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| limite de crédit réduite     | 0.8 % |
| crédit refusé                | 5.5   |
| aucune répercussion          | 81.9  |
| autre                        | 3.9   |
| incertains                   | 0     |
| pas de réponse               | 0.8   |
| le client a fermé son compte | 3.1   |
| il emploie moins son compte  | 3.9   |

**b. Vous a-t-on menacé de couper le service pendant la contestation? (49)**

oui – 0      non – 98.0 %      incertains – 2.0      pas de réponse – 0

**15. A-t-on exigé, ou exige-t-on, de l'intérêt sur le montant contesté avant que la plainte ne soit réglée? (169)**

oui – 29.6 %      non – 68.6      incertains – 1.8      pas de réponse – 0

**16. Pouvez-vous suggérer des façons d'améliorer la facturation en vue d'éliminer les problèmes? (181)**

|                                                                        |        |
|------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1. Non                                                                 | 51.9 % |
| 2. Autres                                                              | 7.2    |
| 3. Envoi des reçus                                                     | 16.0   |
| 4. Meilleure description des achats                                    | 8.3    |
| 5. Facturation plus rapide et plus efficace                            | 6.6    |
| 6. Personnel compétent afin d'éviter les erreurs                       | 1.7    |
| 7. Toutes les factures devraient arriver en même temps                 | 1.1    |
| 8. Un meilleur service d'aide au consommateur pour régler les plaintes | 6.1    |
| 9. Éliminer l'emploi de l'ordinateur                                   | 1.1    |

