



# BULLETIN TRIMESTRIEL SUR LA CONSOMMATION

AVRIL 1996 • VOLUME 1, NUMÉRO 2

## DANS CE NUMÉRO

- la demande de services financiers : les tendances
- le point sur les opérations bancaires
- l'évolution du crédit-bail automobile et du marché de l'assurance
- un ombudsman pour les banques canadiennes

## Pleins feux sur les services financiers

Les temps sont difficiles. Le consommateur de services financiers se préoccupe donc surtout de questions de prix : les faibles taux d'intérêt sur les comptes d'épargne, les taux élevés sur les cartes de crédit, l'escalade des frais bancaires et les milliards de dollars de bénéfices affichés par les banques.

Or, on s'est moins attardé à la profonde transformation des services financiers et à ses répercussions sur le consommateur. De récents changements ont permis d'offrir au consommateur plus de produits et de services, de façon plus souple et pratique certes, mais au prix d'une complexité, voire d'une confusion, accrue.

Ce numéro du *Bulletin trimestriel sur la consommation* examine l'évolution des services financiers, la réaction des consommateurs et certaines questions capitales touchant la consommation.

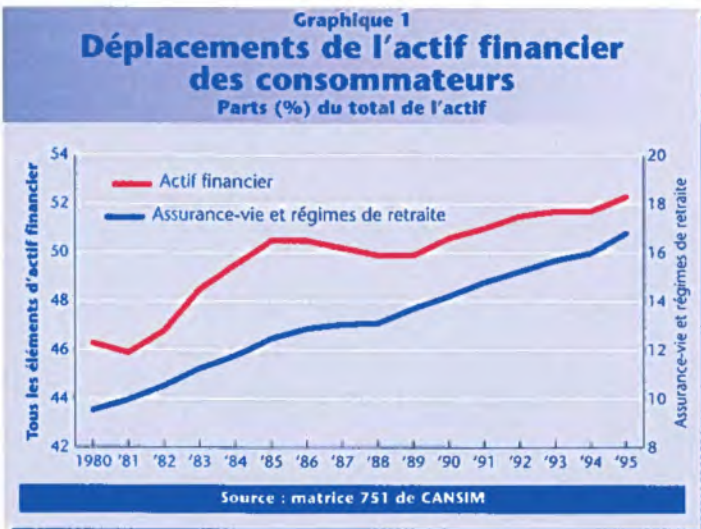
### Services financiers et économie canadienne

Au cours des 15 dernières années, on a assisté à une mutation de l'actif personnel des Canadiens, l'actif réel ayant cédé le pas à l'actif financier. La part des principaux éléments d'actif réel a diminué par rapport au total de l'actif; seul le logement fait exception, dont la part de l'actif réel a légèrement augmenté, passant de 21,3 % du total, en 1981, à 22,1 %, en 1995.

La croissance de la part des éléments d'actif financier est largement attribuable à une hausse de l'épargne sous forme d'assurance-vie et de régimes de retraite. Ces secteurs représentent maintenant presque 17 % du total de l'actif, comparativement à un peu moins de 10 % en 1981 (graphique 1).

Comme on pouvait s'y attendre, les dépenses des consommateurs pour les services financiers ont progressé proportionnellement (graphique 2).

*suite à la page 2*



## Services financiers (suite de la page 1)

Ces dépenses comportent les frais d'intérêt (payés et implicites), les commissions sur les actions et les obligations, les frais bancaires (payés et implicites), et le coût des services pour les fonds mutuels, l'assurance-vie, les régimes de retraite et les coopératives de crédit.

Les Comptes de dépenses nationaux révèlent que la part des services financiers est passée de 2,2 % du PIB, en 1981, à 3,5 %, en 1995, soit 11,3 % du total des dépenses de consommation pour les services. Bien que les frais bancaires n'aient cessé d'augmenter depuis le milieu des années 80, ils sont essentiellement demeurés à 25 % des dépenses de consommation pour les services financiers.

### Les banques et les assurances... partie remise

Au Canada, les institutions financières sous réglementation fédérale peuvent être propriétaires de compagnies d'assurances. Elles ont aussi le droit de vendre certains types d'assurances dans leurs succursales. Ces institutions ont fait pression pour pouvoir vendre directement une plus grande variété d'assurances à leurs clients. Toutefois, dans son dernier budget, le ministre des Finances, Paul Martin, a annoncé que le gouvernement n'envisagerait pas cette question dans l'Examen des institutions financières de 1997.

Ce dossier devrait demeurer d'actualité. Les consommateurs sont ambivalents à l'égard de la participation des banques au domaine des assurances. Ils reconnaissent les avantages d'une concurrence accrue. Toutefois, ils se préoccupent de l'aptitude des mesures de sauvegarde à protéger les renseignements personnels et craignent qu'à long terme les banques n'en viennent à dominer une vaste gamme de services financiers. Le secteur bancaire et l'industrie de l'assurance ont tous pris position sur cette question.

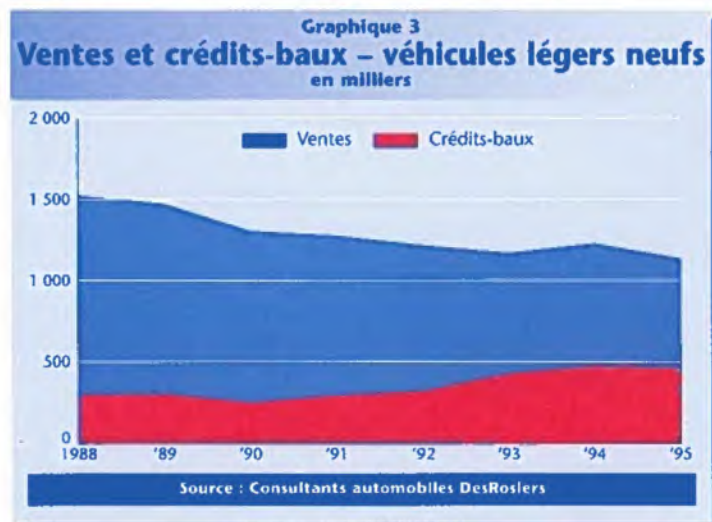
Les travaux des professeurs Ignatius Horstman, Neil Quigley et Frank Mathewson, qui seront publiés par l'Institut de recherches C.D. Howe, alimenteront les prochaines analyses. Leur étude traite, entre autres, de l'expérience de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie qui, à la fin des années 80, permettaient aux banques de vendre des assurances dans leurs succursales. L'arrivée des banques sur le marché de la vente au détail des assurances dans ces pays aurait donné lieu à une plus vive concurrence, à une baisse des prix et à un meilleur choix de produits pour le consommateur, tandis que les incidences sur la structure et la concentration de l'industrie auraient été faibles.

Bien que les secteurs australien et canadien des services financiers et de la réglementation paraissent assez semblables, il faudra pousser l'analyse pour déterminer si les résultats favorables obtenus là-bas sont susceptibles de se reproduire ici.

## Le crédit-bail automobile : progrès et ratés

Le crédit-bail automobile est en plein essor. Coincés entre des revenus stagnants, l'absence d'épargne discrétionnaires, des voitures vieillissantes, une hausse du prix des automobiles et des périodes de remboursement de prêts qui atteignent presque la durée de vie prévue d'un véhicule neuf, les consommateurs optent de plus en plus pour le crédit-bail automobile et ses paiements mensuels assez peu élevés.

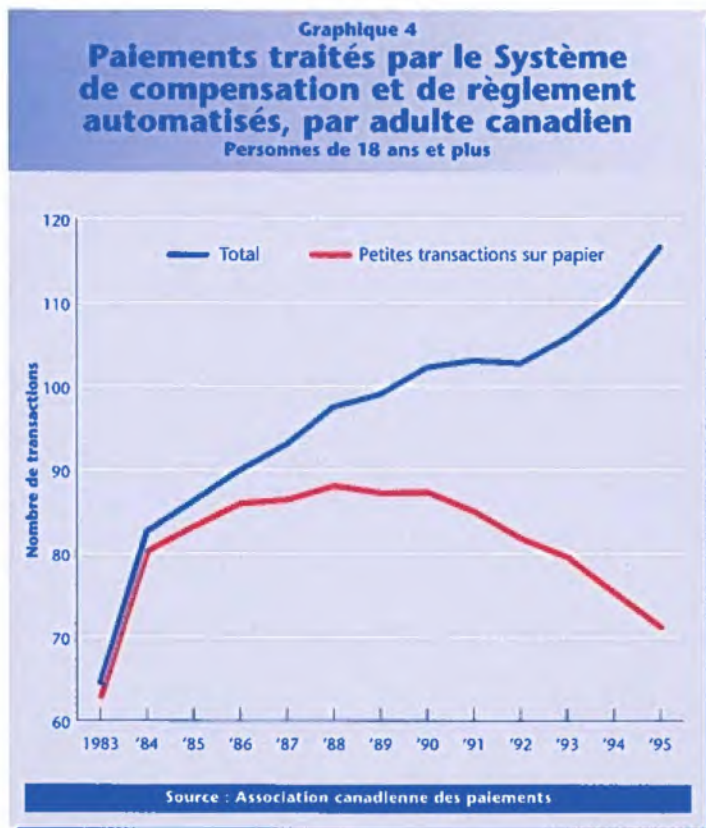
Selon les Consultants automobiles DesRosiers, le marché du crédit-bail automobile, pour les flottes de véhicules et la vente au détail, a doublé de 1988 à 1995, atteignant 41 % des ventes (graphique 3). Sur le plan de la vente au détail, la part du marché a grimpé de 4 % en 1989 à 32 % en 1995. Le crédit-bail automobile a la faveur des consommateurs. Les institutions financières assujetties à une réglementation fédérale tiennent à ce qu'on élargisse leurs pouvoirs commerciaux afin de leur permettre de concurrencer sur ce marché en expansion.



Malgré les avantages apparents du crédit-bail du point de vue des liquidités, celui-ci s'avère souvent plus cher qu'un prêt pour l'achat d'une voiture neuve. En outre, une étude effectuée récemment par l'Association pour la protection des automobilistes sur les pratiques de crédit-bail automobile au Québec révèle que le consommateur n'obtient pas toujours des renseignements complets et précis sur les coûts du crédit-bail. Selon cette étude, 14 des 18 concessionnaires sondés ont commis des erreurs de divulgation, qui toutes entraînaient des augmentations substantielles du coût pour le consommateur. Les résultats du sondage soulignent la nécessité, pour le consommateur, de redoubler de prudence et de bien se renseigner avant de signer un contrat de crédit-bail automobile.

Les gouvernements fédéral et provinciaux s'efforcent de régler le problème grâce à des lois harmonisées dans tous les secteurs du crédit à la consommation et du crédit-bail, dont le crédit-bail automobile. Cette législation, qui entrera en vigueur en 1997, exigera des créanciers qu'ils divulguent pleinement les coûts, et ce, de façon uniforme. Les consommateurs devraient ainsi pouvoir plus facilement comparer entre elles différentes dispositions financières, telles que le coût du crédit-bail automobile par rapport à celui d'un emprunt. Entre-temps, les fabricants et les concessionnaires collaborent à la rédaction de baux plus simples et plus compréhensibles.

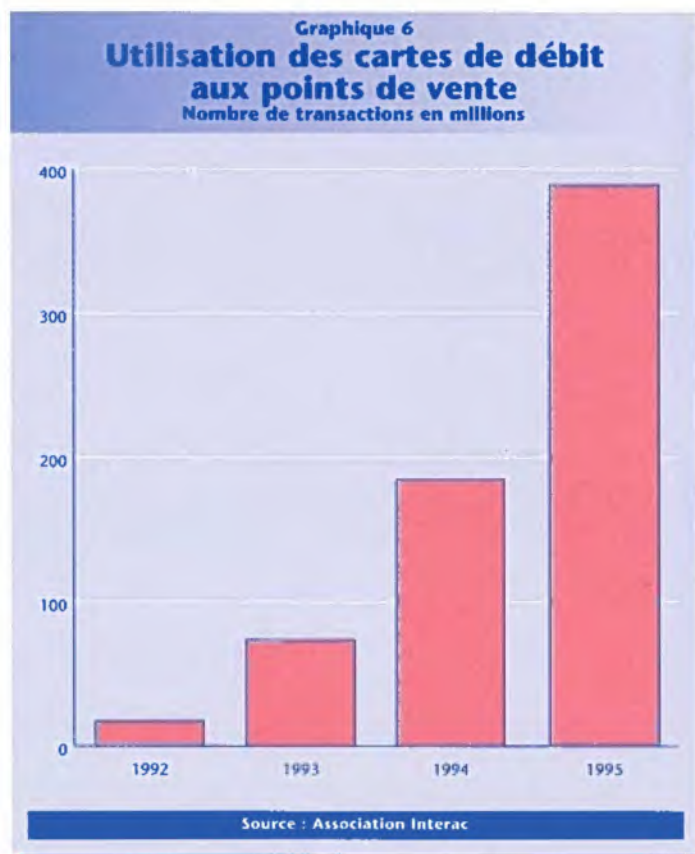
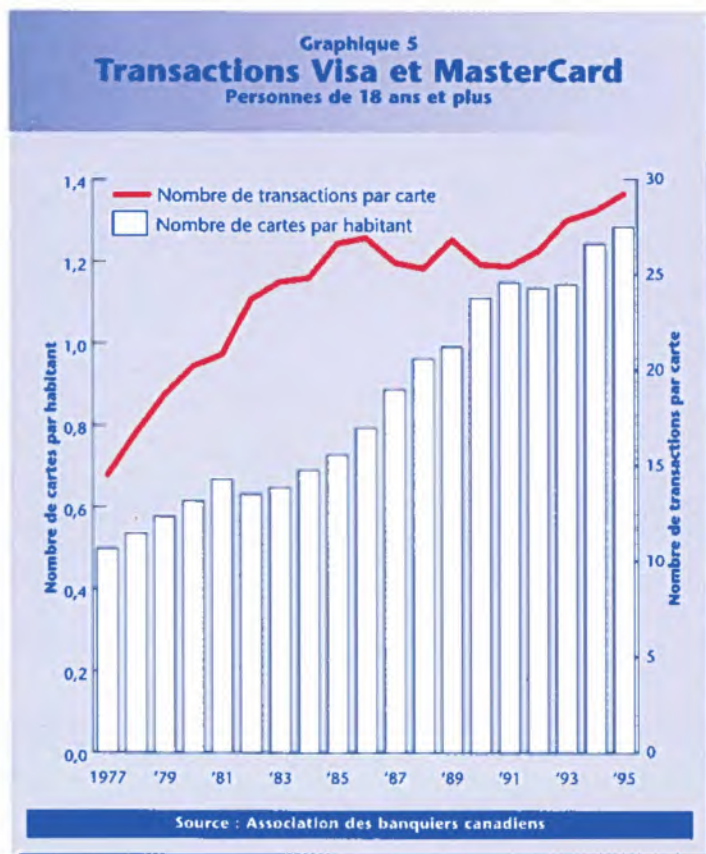
# Des cartes de crédit à plein régime dans une économie au ralenti



Le graphique 4 présente l'évolution des opérations bancaires personnelles de 1983 à 1995. Durant cette décennie, le nombre de petites transactions sur papier par personne a diminué (surtout les chèques personnels, dont le traitement coûte cher et dont l'utilisation a été découragée par des frais élevés). Par ailleurs, le nombre total de transactions par personne, notamment celles effectuées avec des cartes de débit, aux points de vente et aux guichets automatiques, est nettement à la hausse.

Les Canadiens détiennent le record du nombre de cartes de crédit et de débit réunies par habitant, et ils utilisent ces cartes de plus en plus. Le nombre de cartes de crédit principales par habitant est sensiblement le même qu'en 1991, soit environ 2,6 par adulte. Toutefois, le volume des transactions de Visa et de MasterCard continue d'augmenter (graphique 5). Qui plus est, les soldes mensuels impayés sur les cartes Visa sont passés d'environ 1 000 \$ par carte en 1990 à environ 1 500 \$ en 1995, soit une hausse de plus de 34 % si l'on tient compte de l'inflation.

Cependant, la carte de débit est en tête du palmarès de la croissance des années 90 (graphique 6). Son utilisation aux points de vente dépasse de 40 % les prévisions initiales, et le volume de transactions double chaque année. Ce succès semble reposer sur la commodité, l'accessibilité presque universelle, et la confiance des consommateurs dans la fiabilité, la sécurité et le caractère confidentiel des transactions.



## Miser sur les services de base

La tendance à la hausse des frais bancaires a remis en lumière le problème de l'accès des Canadiens à faible revenu aux services bancaires de base à un prix abordable. Des groupes de consommateurs tels que l'Association coopérative d'économie familiale du Centre de Montréal (ACEF-Centre) et des coalitions d'autres groupes d'intérêts s'efforcent de remédier à la situation. Mais la variété des options offertes pour les opérations bancaires personnelles et la personnalisation toujours plus poussée des services rendent difficile toute comparaison relative au coût et à la disponibilité.

Le tableau 1 présente une estimation des frais mensuels pour les comptes de chèques exigés par quelques-unes des principales banques, ainsi que les frais des services bancaires pour l'utilisateur de base et l'utilisateur moyen.

Les calculs sont établis en fonction d'un client qui dépose deux fois par mois, fait quatre chèques pour le loyer et les services publics, et effectue cinq transactions au guichet automatique. Quant au détenteur moyen, il fait huit chèques par mois, effectue six transactions à des points de vente et cinq à des guichets automatiques, dont une sur le réseau d'une autre banque.

Bon nombre d'institutions financières renoncent aux frais de transaction si un client maintient un solde de 1 000 \$ ou plus dans son compte, mais les représentants des consommateurs estiment que ce montant est trop élevé pour les personnes à faible revenu. Nous présumons donc, dans nos calculs, que cette exigence n'est pas satisfaite.

Les résultats soulignent l'importance de prendre conscience de ses habitudes bancaires avant de choisir un compte de base.

## Un nouvel ombudsman

Cette année, le Canada, à l'instar de la Grande-Bretagne, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande, nommera un ombudsman pour le secteur bancaire. Un certain nombre de banques canadiennes ont déjà nommé un ombudsman interne pour les PME, et plusieurs ont étendu ce service aux particuliers.

En novembre dernier, l'Association des banquiers canadiens a annoncé qu'elle nommerait un ombudsman indépendant pour l'industrie. Le service aux PME sera offert dès le début de l'été tandis que le service aux consommateurs devrait l'être d'ici un an. Cette décision sera sûrement bien accueillie, surtout par les consommateurs qui n'ont pas les moyens de recourir aux tribunaux pour régler leurs plaintes.

Cependant, la confiance du public dans tout mécanisme de règlement des différends financé par l'industrie dépendra de l'aptitude de cette dernière à doter ce mécanisme de suffisamment d'autonomie et de poids. Une étude effectuée récemment par l'ACEF-Centre, un groupe québécois de défense des consommateurs, a proposé, entre autres, que l'ombudsman du secteur bancaire soit manifestement indépendant et qu'il soit habilité à prendre des décisions exécutoires à l'égard des différends avec les consommateurs. L'étude signale l'exemple de la Grande-Bretagne, où l'ombudsman du secteur bancaire jouit de pouvoirs exécutoires, mais ne participe pas à la prise de décisions en matière de crédit.

Au cours des prochains mois, les banques canadiennes définiront les attributions et la portée du poste d'ombudsman. Ce faisant, il importera qu'elles consultent les représentants des consommateurs de façon à tenir compte, dès le début, des besoins et points de vue de ces derniers.

Tableau 1  
Exemples des frais mensuels exigés pour un compte de chèques<sup>1</sup>

	Frais mensuels	Nombre de transactions gratuites par mois <sup>2</sup>	Coût des transactions électroniques aux PV/GAB	Coût par chèque	Usage de base	Usage moyen
Banque de Montréal	Néant	2	0,30 \$/0,50 \$	0,75 \$	4,50 \$	10,20 \$
Banque Royale	Néant	2	0,30 \$/0,50 \$	0,60 \$	3,90 \$	9,00 \$
CIBC	Néant	0	0,45 \$/0,50 \$	0,60 \$	4,90 \$	10,50 \$
Banque Toronto-Dominion	1,00 \$	0	0,40 \$	0,60 \$	5,40 \$	10,80 \$
Banque Scotia	Néant	6	0,85 \$	0,85 \$	<b>2,55 \$</b>	11,20 \$
Banque Nationale	Néant	2	0,30 \$/0,40 \$	0,55 \$	3,40 \$	<b>8,20 \$</b>
Banque Laurentienne	1,00 \$	0	0,50 \$/0,40 \$	0,45 \$	4,80 \$	10,20 \$

1. Toutes les banques permettent un nombre illimité de dépôts gratuits.
2. Les transactions les moins chères sont présumées être celles qui sont gratuites.

Comptes offerts par les banques en date du 18 avril 1996.

## Suggestions et renseignements

S'adresser à Bernard A. Keating, économiste principal, Bureau de la consommation, Industrie Canada, Ottawa K1A 0H5.

Internet : [keating.bernard@ic.gc.ca](mailto:keating.bernard@ic.gc.ca)

Téléphone : (613) 952-8883

Télécopieur : (613) 952-6927