



Bureau de la consommation

BULLETIN TRIMESTRIEL SUR LA CONSOMMATION

AVRIL 1997 • VOLUME 2, NUMÉRO 2

► DANS CE NUMÉRO

- Interac — La révolution du plastique
- Des cartes de plastique à l'argent de plastique?
- Carte intelligente, argent intelligent?
- Protéger les utilisateurs de cartes de débit
- À quel prix l'accès?

Les services bancaires informatisés

L'argent virtuel et le consommateur

Les consommateurs canadiens ont manifesté un véritable engouement pour le commerce électronique. Nous utilisons énormément les cartes de débit et le volume des transactions ne cesse de croître. Les institutions financières et d'autres acteurs, tels que les détaillants et les compagnies d'assurance, songent déjà à la prochaine génération de modes de paiement électronique, y compris les cartes intelligentes et les services bancaires informatisés. Ce numéro du *Bulletin trimestriel sur la consommation* examine certaines des nouvelles technologies bancaires et leurs répercussions sur les consommateurs.

L'évolution des téléservices bancaires promet des bénéfices considérables aux institutions financières et aux détaillants sous forme d'un accroissement de la productivité et d'une réduction des frais. Les consommateurs pourraient aussi y trouver leur compte : les téléservices sont plus commodes; ils offrent un plus grand éventail de modes de paiement et une gamme élargie de services bancaires. Pourtant, les services bancaires informatisés suscitent également d'importantes préoccupations sur le plan de la consommation : la protection de la vie privée; les possibilités de fraude; le besoin d'explications complètes et limpides des avantages, des limites et des coûts des nouveaux

Nombre de transactions de paiement direct au moyen d'Interac, par mois, au Canada (en millions)



Source : Association Interac

services bancaires; et la question de la répercussion sur les consommateurs des économies procurées par la nouvelle technologie. Il faut aussi s'interroger sur les conséquences de

cette technologie pour les Canadiens et Canadiennes à faible revenu; celles-ci demeurent pour l'instant imprécises et il faut suivre la situation de près.



Interac — La révolution du plastique

La population canadienne a adopté avec enthousiasme le paiement par carte plastifiée. Pour l'instant, c'est la carte de débit, utilisée dans les guichets automatiques et aussi dans les magasins (pour le paiement direct par l'entremise du réseau Interac), qui a la faveur. Bien que l'utilisation des cartes de débit ne se soit généralisée que depuis 1992, plus de 70 % des Canadiens les utilisent pour faire leurs achats. Elles talonnent les cartes de crédit comme mode de paiement par plasti-carte, qu'il s'agisse

Les cartes de débit talonnent les cartes de crédit comme mode de paiement par plasti-carte, qu'il s'agisse du nombre de cartes en circulation ou du volume de transactions.

du nombre de cartes en circulation ou du volume de transactions. En 1996, les Canadiens possédaient 27,5 millions de cartes de débit qui ont été utilisées pour 530 millions de transactions aux points de vente, comparativement à 30,2 millions de cartes de crédit Visa et MasterCard utilisées pour 896,6 millions de transactions.

Les données d'un sondage réalisé en 1996 donnent à croire que les consommateurs utilisent les cartes de débit en grande partie pour éviter les visites répétées à la banque ou au guichet automatique. Ils trouvent ces cartes plus pratiques que les espèces ou les chèques, et plus sûres que l'argent comptant ou les cartes de crédit. Certaines personnes préfèrent les cartes de débit aux cartes de crédit parce qu'elles leur permettent de mieux contrôler leurs dépenses — les paiements par carte de débit sont déduits instantanément du compte au lieu d'être portés au solde débiteur pour être acquittés par la suite. Les consommateurs aiment aussi utiliser les cartes de débit dans les épiceries, qui n'acceptent habituellement pas les cartes de crédit.

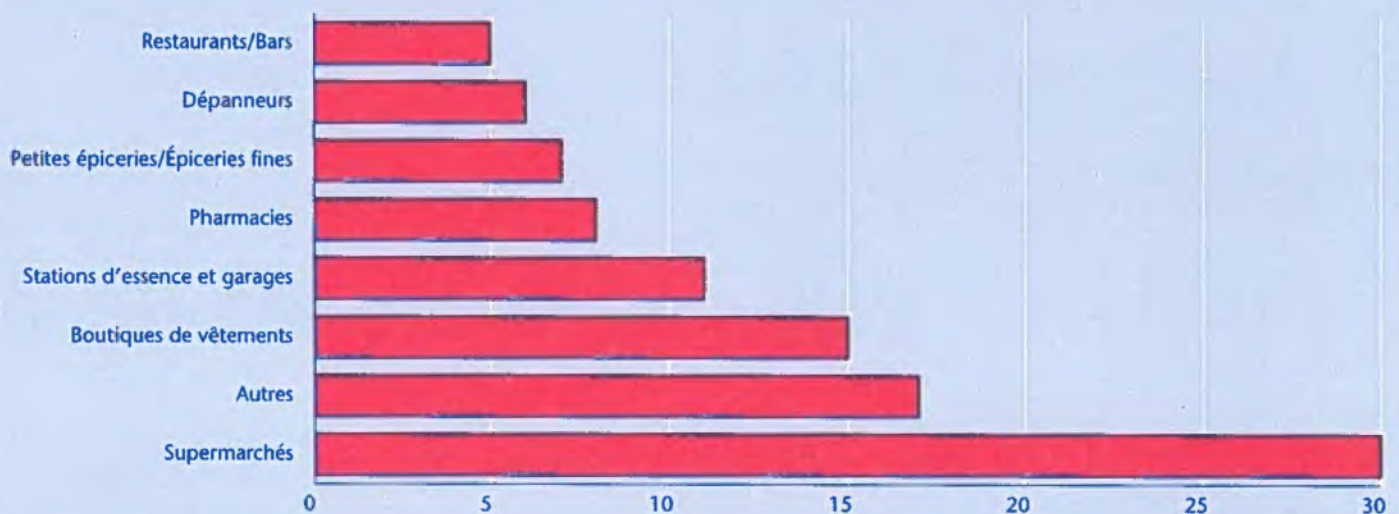
Les Canadiens et les Américains utilisent différemment les cartes de débit

L'utilisation des cartes de débit par les Canadiens et les Américains diffère sensiblement. Au Canada, le nombre de transactions atteignait 15,2 par carte en 1995, comparativement à 3,5 aux États-Unis. Le nombre total de transactions a augmenté de 111 % au Canada de 1994 à 1995, mais seulement de 25 % aux États-Unis.

Les Américains apprécient peut-être autant que les Canadiens les caractéristiques et les avantages des cartes de débit, à une différence notable près : aux États-Unis, les cartes de crédit sont acceptées dans presque tous les points de vente où l'on accepte les cartes de débit. Par contre, dans certaines provinces canadiennes, les épiceries n'acceptent pas les cartes de crédit.

C'est peut-être ce qui explique, du moins en partie, pourquoi les cartes de débit sont utilisées plus fréquemment au Canada qu'aux États-Unis. Il se peut aussi que les Canadiens n'aiment pas acheter à crédit les biens de première nécessité, mais qu'ils ne répugnent pas à utiliser leur carte de débit pour ce faire (voir le graphique, ci-dessous).

Pourcentage des transactions par carte de débit chez divers marchands au Canada, 1996



Source : Association Interac

Des cartes de plastique à l'argent de plastique?

En 1996, la valeur des transactions par Visa et MasterCard a atteint 67 milliards de dollars, soit 29 % de la valeur en dollars des ventes au détail au Canada. Pour leur part, les achats par carte de débit ont atteint 30 milliards de dollars. Les émetteurs de cartes ciblent maintenant les quelque 75 milliards de dollars d'achats réalisés au Canada dans le cadre de transactions au comptant de 10 \$ ou moins; pour percer ce marché, ils utiliseront un nouveau type de carte de plastique, la « carte intelligente » ou « carte à puce ».

Plutôt que d'utiliser la bande magnétique, les cartes intelligentes stockent l'information sur une puce électronique. La capacité accrue de stockage permet aux émetteurs de cartes de réduire la fraude; et ces cartes peuvent exécuter plus de fonctions que les précédentes.

En 1996, la valeur des transactions par Visa et MasterCard a atteint 67 milliards de dollars, soit 29 % de la valeur en dollars des ventes au détail au Canada. Pour leur part, les achats par carte de débit ont atteint 30 milliards de dollars.

La carte intelligente la plus simple se voit conférer une « valeur monétaire » par l'émetteur; elle sert à payer les biens et services jusqu'à épuisement de cette valeur. La télécarte La Puce de Bell Canada illustre bien ce type de carte. Lancée en 1995, elle remplace la monnaie dans les téléphones publics de Bell, qui dotés d'un lecteur de cartes jaunes, peuvent accepter ces cartes; les frais d'appel sont déduits de la valeur courante de la carte, inscrite sur la puce.

Les cartes plus perfectionnées peuvent être renflouées par les caissières des banques ou à un guichet automatique. Cet été, un projet-pilote permettra aux Canadiens d'augmenter ou de diminuer la valeur de leur carte à l'aide du système de téléphone public. Les émetteurs de cartes prévoient mettre au point des versions qui pourront être utilisées avec les ordinateurs personnels.

Des services bancaires chez soi

Les clients de nombreuses institutions financières du Canada peuvent maintenant effectuer leurs transactions bancaires par téléphone ou par ordinateur. Les services de télébanque comprennent la plupart des transactions courantes (paiement de factures, transferts inter-comptes, relevés du solde, demandes de prêts et de cartes de crédit), mais pas encore les retraits en espèces. Les consommateurs peuvent accéder au système de la banque directement ou par l'entremise d'un site W3.

Ces services sont habituellement facturés et les prix varient d'une institution à l'autre. Parfois, les frais sont compris dans les frais généraux. Toutefois, les modalités pourraient changer dans la mesure où les institutions financières luttent pour attirer de nouveaux clients. Selon le P.-D.G. d'une banque virtuelle américaine, les frais généraux engagés pour ce type d'activité sont inférieurs des deux tiers aux frais des activités classiques. Actuellement, sur les 10 principaux fournisseurs américains de services financiers électroniques, 9 offrent gratuitement les transactions bancaires par ordinateur. Les clients des banques canadiennes se verront-ils offrir les mêmes avantages?

Carte intelligente, argent intelligent?

Les émetteurs des modes électroniques de remplacement de l'argent comptant tels que les cartes intelligentes espèrent que les consommateurs apprécieront le fait de ne plus avoir à fouiller dans leurs poches pour trouver la monnaie nécessaire à l'achat d'un café, d'un passage par autobus ou d'un appel téléphonique. Puisque les terminaux de cartes à puce fonctionnent en différé, il est facile de les installer dans des autobus, des taxis, des téléphones publics. De plus, puisque les utilisateurs ne sont pas tenus de posséder un numéro d'identification personnel (NIP) pour utiliser leur carte et qu'il n'est pas nécessaire d'obtenir une autorisation en direct, les transactions ne prennent au plus que quelques secondes — elles sont aussi rapides, sinon plus, que les transactions au comptant.

Les émetteurs de cartes envisagent l'adoption de barèmes tarifaires qui pourraient comprendre des frais de transaction, des frais de recharge ou des frais fixes. Toutefois, on ne sait trop combien de consommateurs trouveront ces nouvelles cartes suffisamment pratiques pour les acheter. De plus, il faut évaluer leur commodité à la lumière du fait que ces cartes peuvent envahir la vie privée. Les cartes intelligentes, comme les cartes de crédit, pourraient être utilisées par les commerçants pour dresser le profil d'achat d'une personne sans que le consommateur ne le sache.

Dans un premier temps, il semble que ce soit les marchands et les émetteurs de cartes qui aient le plus à gagner. Ainsi, on estime que le coût du traitement de l'argent comptant pour les détaillants atteint de 4 à 7 % du chiffre

d'affaires. Ce chiffre peut s'élever à 15 % dans le cas des marchands, tels que les sociétés de transport en commun, qui traitent de grandes quantités de petits paiements. Les cartes intelligentes pourraient permettre à ces organismes de réaliser d'importantes économies. Pour ce qui est des émetteurs de cartes comme les banques, l'inscription de la valeur en espèces sur les cartes plutôt qu'un transfert d'argent comptant des voûtes aux poches des consommateurs permettrait aux fonds de rapporter des intérêts sur une plus longue période. Dans le cas des transactions de faible valeur, dont le montant s'élève à 75 milliards de dollars par année au Canada, les intérêts gagnés grâce à cet argent « flottant » des cartes à puce pourraient atteindre des sommes importantes.

Protéger les utilisateurs de cartes de débit

En 1992, avant la généralisation du paiement par carte de débit au Canada, un groupe de travail composé d'émetteurs de cartes, de détaillants, d'organismes gouvernementaux et d'associations de consommateurs a élaboré un code de pratique volontaire pour protéger les consommateurs. Le code oblige les émetteurs à renseigner les consommateurs; il détermine les responsabilités des émetteurs et des consommateurs en matière de sécurité ainsi qu'en cas de transactions problématiques ou d'utilisations non autorisées; et il fixe les modalités de traitement des plaintes et des différends.

L'année dernière, Industrie Canada, en coopération avec le groupe de travail, a commandé une évaluation du respect du code par l'industrie. Des chercheurs torontois ont examiné les politiques et pratiques de l'industrie ainsi que les conventions avec les détenteurs de cartes et les documents d'information; ils ont interrogé les détenteurs de cartes; et ils ont examiné les plaintes logées par les consommateurs auprès des organismes fédéraux et provinciaux. Les

enquêteurs se sont également fait passer pour des clients dans des succursales d'institutions financières et ont vérifié les guichets automatiques et les terminaux de points de vente.

L'étude a constaté que les politiques des institutions financières respectaient essentiellement le code de pratique. Toutefois, on a proposé certaines améliorations, tant dans les pratiques de l'industrie que dans la précision du code. Le fait que les institutions financières ne fournissaient pas à leurs succursales toujours suffisamment de renseignements sur la sécurité du NIP s'est avéré l'un des problèmes les plus importants. Dans certains cas, les succursales

ne satisfaisaient pas aux normes fixées dans leurs propres politiques.

Les chercheurs ont également relevé l'absence d'intimité aux terminaux de points de vente. Dans certains magasins, on pouvait voir le client inscrire son NIP, situation favorable aux voleurs et dangereuse pour les clients imprudents.

Le groupe de travail se réunira sous peu pour mettre à jour les renseignements sur la sécurité des NIP et améliorer le caractère confidentiel des terminaux de points de vente. Il amorcera également le travail d'élimination des ambiguïtés du libellé du code.

À quel prix l'accès?

L'accès au paiement électronique fait courir des risques tant aux institutions financières qu'aux consommateurs.

En 1996, le Tribunal fédéral de la concurrence a décrété que les assureurs et les courtiers en valeurs mobilières, entre autres, devraient jouir d'un plus grand accès à Interac, qui est exploité en coopération par les institutions de dépôt du Canada. Le tribunal étudiait alors l'avenir du système de paiement du Canada, qui passe rapidement des transactions en espèces et sur papier aux transactions électroniques. Les fournisseurs de services financiers tels que les assureurs et les courtiers en valeurs mobilières demandent un accès direct au système de paiement, notamment pour que leurs clients puissent payer directement à partir des comptes que gèrent les fournisseurs eux-mêmes. D'autre part, les institutions de dépôt existantes soutiennent que la sécurité du système de paiement exige que tous les nouveaux joueurs satisfassent aux normes en vigueur.

L'intérêt des consommateurs se situe quelque part entre ces deux pôles. Les nouveaux joueurs, et la concurrence qu'ils amènent, devraient entraîner des économies pour les consommateurs; en effet, la nouvelle technologie coûte moins cher à exploiter et la concurrence oblige les entreprises à fonctionner de façon efficace. Par ailleurs, les nouveaux joueurs doivent respecter certaines normes pour sauvegarder l'intégrité du système. Mais les normes devraient être conformes aux

risques que font courir ces participants. Il n'est pas nécessaire qu'elles soient identiques à celles que doivent respecter les institutions de dépôt, qui offrent une plus grande variété de produits et services que les assureurs, par exemple.

Les Canadiens à faible revenu, particulièrement les bénéficiaires de l'aide sociale, pourraient connaître encore plus de problèmes si les services bancaires s'adressaient de plus en plus aux personnes qui ont accès à des ordinateurs et si l'ensemble de la société délaissait l'argent comptant. Une coalition d'organismes communautaires menée par l'ACEF du centre de Montréal a souligné les problèmes que vivent les Canadiens à faible revenu lorsque vient le temps d'encaisser des chèques du gouvernement ou d'ouvrir des comptes bancaires. Le Livre blanc du ministère des Finances sur l'examen de 1997 de la loi sur les institutions financières reconnaissait l'opportunité de prendre des mesures à cet égard.

Toutefois, il ne s'agit là que d'un scénario parmi d'autres. Il est également possible que la nouvelle technologie facilite l'accès, à moindres frais, aux services bancaires pour tous les consommateurs. Le coût de chaque transaction individuelle pourrait baisser et les frais des services bancaires pourraient devenir plus abordables. Les consommateurs surveilleront de toute évidence le prix et l'accès; ils s'attendent à partager les économies réalisées par les divers intervenants grâce à cette technologie.

Pour plus de renseignements

- sur les services bancaires informatisés, communiquer avec David Waite, analyste principal.

Internet : waite.david@ic.gc.ca

Tél. : (613) 952-8019

- sur le *Bulletin trimestriel sur la consommation*, communiquer avec Bernard A. Keating, économiste principal.

Internet : keating.bernard@ic.gc.ca

Tél. : (613) 952-8883

Ou écrire à :

Bureau de la consommation

Industrie Canada

9^e étage, Tour est

235, rue Queen

Ottawa (Ontario) K1A 0H5

Télé. : (613) 952-6927

Le *Bulletin trimestriel sur la consommation* est également disponible au Carrefour des consommateurs, la page d'accueil du Bureau de la consommation, sur le site Web Strategis d'Industrie Canada :

En français

<http://strategis.ic.gc.ca/BC>

En anglais

<http://strategis.ic.gc.ca/OCA>