

# Le marché des cartes de crédit et de débit du Canada

Mémoire présenté à la Séance conjointe du Comité permanent des finances et du Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie

Association des banquiers canadiens

Le 28 mai 2009

## Introduction

L'Association des banquiers canadiens (ABC) représente ses 50 banques membres, dont des banques à charte canadiennes ainsi que des filiales et des succursales de banques étrangères exerçant des activités au Canada. De ce nombre, 17 émettent des cartes de crédit. Les banques membres de l'ABC emploient un quart de million de Canadiens, ce qui constitue une augmentation de 16 pour cent au cours des dix dernières années. En fait, les banques représentent 1,5 pour cent de l'emploi total au Canada, en plus de contribuer à 3,3 pour cent du produit intérieur brut du pays.

L'ABC est une source d'information publique et de recherche sur les banques du Canada; elle fournit à ses membres une tribune pour discuter de questions d'intérêt commun et exerce des efforts de représentation en faveur de solides politiques, au nom des banques, auprès des gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux.

L'ABC a comparu devant le Comité sénatorial des banques et du commerce le mois dernier, dans le cadre de ses audiences sur la question des cartes de paiement. Elle a aussi rencontré de nombreux députés, dont bon nombre autour de cette table, ainsi que la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante et le Conseil canadien du commerce de détail. L'ABC a participé activement aux discussions portant sur les cartes de crédit et a entendu les questions qui ont été soulevées – par exemple, sur les frais d'interchange, l'entrée de certains types de cartes premières sur le marché et les taux d'intérêt de certaines cartes – ainsi que sur l'avenir du système des cartes de débit de notre pays.

L'ABC apprécie cette occasion de présenter le point de vue du secteur bancaire sur le système des cartes de paiement, et de fournir des suggestions sur ce que le secteur bancaire pourrait mieux faire en matière de déclaration et de transparence envers le consommateur. Le secteur bancaire est tout à fait en faveur d'une amélioration des niveaux de déclaration et de transparence.

Cependant, il importe de ne pas oublier que le marché des cartes de paiement du Canada est un système complexe et très perfectionné, où interagissent de nombreux acteurs ayant chacun leurs rôles et leurs responsabilités. Bien que l'ABC soit heureuse d'offrir ses réflexions et suggestions sur différents enjeux, du point de vue des institutions qui émettent des cartes, il y a tout un éventail de sujets – par exemple, l'établissement des frais d'interchange, les conditions des contrats entre les acquéreurs et les marchands ainsi que « l'obligation d'honorer toutes les cartes » – que le secteur bancaire ne contrôle pas et sur lesquels nous ne sommes pas en mesure de fournir des commentaires élaborés.

Il importe aussi de ne pas oublier que, dans un marché concurrentiel, où chaque institution livre activement concurrence pour gagner sa clientèle, l'information sur les opérations bancaires, les revenus, les dépenses, les frais et les stratégies d'affaire est hautement confidentielle et de nature stratégique. Il s'agit de renseignements que les banques ne s'échangent pas et ne communiquent pas à l'ABC, afin de se conformer pleinement à la *Loi sur la concurrence*, et – à l'instar de toute autre entreprise du marché – ne souhaitent pas divulguer à leurs concurrents.

Le Canada possède un système de cartes de paiement efficace, sécuritaire et très perfectionné qui est au cœur de l'économie commerciale de notre pays. C'est un élément essentiel lorsqu'il s'agit de s'assurer que les Canadiens ont accès au crédit et que les détaillants ont la certitude d'être payés. Bien qu'il puisse être amélioré pour continuer de desservir les clients et les détaillants, il importe de ne pas oublier que tout changement à ce système doit être examiné avec soin.

## **Le marché des cartes de paiement**

Dans le marché des paiements du Canada, en particulier les cartes de crédit, les consommateurs et les entreprises bénéficient de la concurrence et du choix énormes de ce marché.

Les cartes de crédit ne sont pas le seul type de paiement dont disposent les consommateurs et les entreprises. Il s'agit d'une forme de paiement que les consommateurs peuvent choisir lorsqu'ils décident de la manière dont ils effectueront un achat, et que les entreprises peuvent accepter comme mode de paiement de la part de leurs clients. Les cartes de crédit font concurrence à l'argent comptant, aux chèques, aux cartes de débit ainsi qu'à des services de paiement électronique non réglementés, comme PayPal. Chaque mode de paiement comporte ses avantages, et il est manifeste que les cartes de crédit offrent d'importants avantages, tant au client qu'à l'entreprise. Le Canada compte plus de 68 millions de cartes de crédit, représentant 29 pour cent des dépenses des consommateurs<sup>1</sup>.

## **Les cartes de crédit**

### **Avantages pour les consommateurs**

La plupart des récents commentaires sur les cartes de crédit ne sont pas pondérés. Bien qu'il y ait place à l'amélioration, il est juste d'affirmer que les Canadiens sont bien desservis par le marché des cartes de crédit.

Pour les consommateurs, les cartes de crédit sont principalement un outil de paiement pratique et sécuritaire. À ce titre, elles leur offrent de nombreux avantages :

- une période sans intérêt, pouvant atteindre 51 jours entre l'achat et le paiement, selon la carte, dans la mesure où le solde est payé en totalité à la date d'échéance;
- du choix – il existe des centaines d'institutions, y compris des détaillants, des coopératives de crédit et des banques, qui émettent les principales cartes de crédit au Canada – la plupart offrant de multiples produits de carte; certaines cartes procurent des récompenses, d'autres sont des cartes de fidélité ou comportent des produits d'assurance, et d'autres encore sont assorties d'options ordinaires, à faible taux;

---

<sup>1</sup> Source : Recherche de Visa Canada, 2008.

- une vaste utilisation mondiale – les cartes de crédit sont acceptées à plus de 661 000 établissements au Canada et à 30 millions d'endroits dans le monde;
- des récompenses à valeur ajoutée – bon nombre de cartes de crédit offrent aux Canadiens une foule d'avantages et de récompenses, tels que de l'assurance médicale de voyage, des points de récompense de voyage, une remise en argent et des rabais sur des biens essentiels courants, comme l'essence et l'épicerie.

## **Concurrence et choix – pour les consommateurs**

En matière de concurrence, les Canadiens ont accès à une ressource formidable pour les aider à choisir la carte qui leur convient. L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) présente dans son site Web une liste exhaustive de cartes, de caractéristiques et de taux d'intérêt. De plus, les Canadiens comprennent qu'ils ont du choix, et que la décision leur revient lorsqu'il s'agit de choisir la carte qui leur convient. Une récente recherche a révélé que 95 pour cent des Canadiens croient que les consommateurs ont la responsabilité de magasiner pour choisir la carte de crédit la plus appropriée à leurs besoins, s'ils veulent obtenir le plus faible coût et le plus faible taux<sup>2</sup>.

Il importe de souligner que bon nombre d'institutions et d'organisations autres que les banques émettent et distribuent des cartes de crédit. La liste comprend des détaillants, des coopératives de crédit et des caisses populaires.

## **Pour la plupart des Canadiens, l'intérêt effectif des cartes de crédit = zéro**

Lorsqu'il s'agit des taux d'intérêt des cartes de crédit, on constate beaucoup de désinformation et de confusion sur ce que paient vraiment les Canadiens. En fait, la vaste majorité des Canadiens ne paient aucun intérêt. Zéro intérêt.

Une récente étude menée par le Boston Consulting Group a révélé que 70 pour cent des ménages canadiens remboursent régulièrement la totalité du solde de leur carte de crédit chaque mois, de sorte que leur taux d'intérêt est égal à zéro. La même étude a révélé qu'aux États-Unis, cette situation ne se vérifie que dans le cas de 50 pour cent des ménages. Nous savons aussi que cette proportion ne s'élève qu'à environ 50 pour cent en Australie et qu'à 56 pour cent au Royaume-Uni<sup>3</sup>.

Il est intéressant de souligner que le revenu n'est pas un facteur permettant de déterminer qui rembourse ou non la totalité du solde de ses cartes de crédit. En effet, Statistique Canada a révélé que le pourcentage des familles à revenu faible, moyen et élevé, qui remboursent la totalité du solde de leur carte de crédit chaque

---

<sup>2</sup> Recherche de Strategic Counsel, mai 2009.

<sup>3</sup> Sondage sur les dépenses des ménages, Boston Consulting Group, 2009.

mois, est à peu près le même<sup>4</sup>. Dans le cas des clients qui ne remboursent pas la totalité du solde, il existe plus de 60 cartes à faible taux sur le marché<sup>5</sup>. Les banques du Canada font figure de chef de file dans le développement de ces cartes à faible taux.

## **Concurrence et choix pour les entreprises**

Tout comme les consommateurs peuvent choisir la forme de paiement qu'ils veulent utiliser, les entreprises peuvent choisir la forme de paiement qu'elles souhaitent accepter. Les entreprises peuvent accepter l'argent comptant, les chèques, les cartes de crédit ou les cartes de débit. Elles peuvent offrir des rabais aux clients qui paient en argent comptant. Les propriétaires d'entreprise se prévalent de cette liberté.

Par exemple, près d'un détaillant sur trois n'accepte pas les chèques, même si presque chaque adulte canadien a un compte de chèques. Il ne fait aucun doute que l'acceptation des chèques comporte un risque plus élevé pour le détaillant, en raison des chèques sans provision et de la fraude. Le choix des modes de paiement acceptés par le propriétaire d'entreprise repose sur la valeur qu'il reçoit de chaque forme de paiement, y compris les cartes de crédit.

Lorsqu'il s'agit de la valeur que les détaillants reçoivent des cartes de crédit, la liste des avantages est imposante :

- paiement garanti;
- réduction des coûts de manipulation de l'argent;
- sécurité découlant d'une manipulation moindre de l'argent;
- augmentation des ventes;
- capacité de vendre à crédit;
- capacité de vendre en ligne dans un marché mondial.

Il s'agit d'importants avantages pour les détaillants de toute taille.

Il n'est donc pas surprenant que les détaillants aient à assumer des coûts pour fournir ce service.

## **Frais d'interchange**

En ce qui a trait aux frais d'interchange, élément important des délibérations de votre séance conjointe, il y a quelques points qui devraient être soulignés.

- Les frais d'interchange sont établis par les sociétés de cartes de crédit, et non par les émetteurs ou les acquéreurs.

---

<sup>4</sup> Enquête sur la sécurité financière de Statistique Canada, 2005.

<sup>5</sup> Comparaison des cartes de l'ACFC, janvier 2009.

- De plus, bien que Visa et MasterCard ne perçoivent pas directement les frais d'interchange, elles reçoivent :
  - des frais de transaction provenant des acquéreurs; et
  - des frais de transaction provenant des émetteurs de carte, comme les banques, les coopératives de crédit, etc.

Dans une transaction par carte de crédit, tous les participants bénéficient de la transaction, de sorte qu'ils en partagent tous le coût.

- Le consommateur paie parfois des frais annuels (selon sa carte) et/ou de l'intérêt (s'il conserve un solde) à l'émetteur de sa carte.
- Le marchand paie à l'acquéreur un taux d'escompte du marchand.
- L'acquéreur et l'émetteur de la carte paient des frais de transaction à la société de cartes (Visa ou MasterCard).
- L'acquéreur paie des frais d'interchange à l'émetteur de la carte.

(Voir l'annexe 1 – Circulation des transactions par carte)

Un enjeu clé soulevé dans le cadre des audiences du Comité concerne la déclaration des frais d'interchange par les sociétés de cartes et par les acquéreurs aux marchands. L'ABC constate, d'après ces audiences, que Visa et MasterCard ont entendu ces préoccupations, et nous croyons comprendre qu'elles travaillent plus étroitement avec les détaillants pour les résoudre. Il s'agit d'un progrès très positif dans ce domaine.

Et même si les banques n'établissent pas ces frais, elles travaillent sans cesse pour améliorer la clarté de l'information et sa déclaration à leurs clients. Les membres de l'ABC conviennent qu'il y a des mesures qui peuvent aider encore davantage les consommateurs à mieux comprendre ce processus. Les banques en tant qu'émettrices de carte sont à examiner comment mieux expliquer à leurs clients titulaires d'une carte le coût des frais d'interchange, pour les marchands, lorsqu'une carte de crédit est utilisée. Voilà qui s'ajoute à l'énorme quantité de nouveaux renseignements que les banques devront déclarer pour se conformer au règlement que vient d'annoncer le gouvernement fédéral.

## **Cartes premières**

L'un des enjeux clés soulevés pendant le débat de politique publique sur le système des cartes de paiement est l'avènement de ce que l'on appelle les « cartes premières » dans le marché canadien, et en particulier comment ces cartes ont été lancées. L'ABC a entendu ces préoccupations et a des suggestions à formuler. Toutefois, avant de les examiner, il importe de préciser très clairement ce qu'est une « carte première », puisqu'il y a beaucoup de confusion dans les discussions portant sur cette question.

*Qu'est-ce qu'une « carte première » ?* – Certains utilisateurs utilisent l'appellation « carte première » pour faire référence à toute carte comportant un certain niveau de récompenses ou d'avantages, telle une carte or. Cependant, dans le contexte de la discussion de politique publique qui se tient ici, une véritable « carte première » est une catégorie très spécifique de carte de crédit qui comporte des récompenses et des

avantages supplémentaires et qui est assortie d'un taux d'interchange un peu plus élevé. Cette différence est importante, car bien qu'il y ait de nombreuses cartes en circulation qui offrent des avantages et des récompenses, le nombre de véritables « cartes premières » en circulation est très faible. L'ABC estime qu'elles ne représentent que 9 pour cent des comptes de carte de crédit des banques.

En fait, l'admissibilité d'une véritable carte première est restreinte par les sociétés de carte et les émetteurs. Les sociétés de carte imposent des conditions entourant les produits de véritable carte première, telles que des seuils de revenus et de dépenses ou des exigences en matière de récompenses supplémentaires dans le cas des produits de carte première. De plus, puisque la carte première est conçue pour cibler un groupe de clients de choix, les émetteurs ont établi leurs propres critères, en plus des restrictions imposées par les sociétés de cartes. Par conséquent, pour les détaillants, les titulaires d'une carte première sont des clients de premier plan – qui ont des revenus plus élevés et dépensent plus d'argent.

Il importe aussi de comprendre que l'interchange plus élevé qui est associé à une véritable carte première n'est pas aussi élevé que certains voudraient le faire croire. Les cartes premières font l'objet d'un taux d'interchange (approximatif) majoré de 20 à 35 points de base (0,2 pour cent à 0,35 pour cent), ce qui se traduit par entre 0,20 \$ et 0,35 \$ supplémentaires sur un achat de 100 \$.

*Préoccupations au sujet des cartes premières* – L'ABC sait que le présent Comité a beaucoup entendu parler des cartes premières, surtout en ce qui concerne leur émission auprès des consommateurs. Bien que les banques aient reçu très peu de plaintes de la part des consommateurs – en fait, l'expérience de la plupart des consommateurs s'est révélée favorable à la lumière des efforts proactifs des banques pour leur procurer des produits offrant sans frais des avantages et une sécurité accrue – nous sommes aussi en accord avec le fait qu'il existait de la confusion chez certains consommateurs lorsque ces cartes ont été lancées. On aurait pu mieux communiquer, de façon plus claire, aux consommateurs pourquoi ces cartes étaient lancées. Dans l'avenir, il faudra accorder plus de soin à s'assurer qu'il y ait plus de clarté pour le consommateur au moment de procéder à une telle mise en œuvre.

Autre préoccupation soulevée : la question des cartes de crédit envoyées aux consommateurs sans leur consentement. De nouveau, l'intention est de tenter d'apparier proactivement les clients au produit qui leur procure la plus grande valeur. Lorsque les cartes premières ont été rendues disponibles par les sociétés de carte, il était manifeste que certains titulaires obtiendraient une meilleure valeur d'une carte première, sans frais supplémentaires, de sorte que le nouveau produit offrait au titulaire une plus grande valeur. Les membres de l'ABC livrent concurrence pour obtenir de nouveaux clients et tentent activement de trouver, pour leurs clients, la meilleure valeur à partir des produits disponibles. Cela fait partie de cette concurrence. Ceci dit, les banques ont entendu les préoccupations et sont à examiner leurs pratiques entourant l'émission de ces cartes.

De plus, certains s'inquiètent que de véritables cartes premières aient été envoyées à des gens qui n'auraient peut-être pas dû les recevoir. Comme nous l'avons souligné ci-dessus, les sociétés de cartes et les émetteurs ont imposé des critères et des exigences clairs. Une mesure que les banques pourraient prendre consiste à clarifier davantage, auprès des consommateurs, quelles sont les exigences en matière d'admissibilité applicables aux véritables cartes premières.

## Nouvelle réglementation sur les cartes de crédit

Le gouvernement fédéral a déposé un nouveau projet de règlement régissant les cartes de crédit. Bien que toutes les implications de ce projet de règlement restent à préciser, il aura un impact énorme sur les institutions financières qui émettent des cartes de crédit. Ce projet de règlement nécessitera des changements importants pour produire des systèmes et des processus. Les systèmes de carte de crédit du Canada sont vastes et complexes, et la mise en œuvre du projet de règlement sera coûteuse.

Ce projet de règlement pourrait aussi limiter la capacité des banques de fournir certains des services auxquels les clients s'attendent, restreindre le nombre d'options de cartes de crédit et réduire la disponibilité du crédit dans le cas de certains clients. De plus, il survient à un moment où les banques, comme tous les autres secteurs, ressentent les effets de la récession et font face au risque croissant qui est associé aux cartes de crédit.

De plus, l'ABC croit qu'il n'est ni nécessaire, ni efficace d'imposer des solutions à l'américaine à un marché canadien des cartes de crédit qui fonctionne bien. Notre marché est très différent de celui des États-Unis :

- Les Canadiens utilisent principalement les cartes de crédit comme mode de paiement, tandis que les Américains ont tendance à s'en servir comme instrument de crédit. Plus de 70 pour cent des Canadiens remboursent la totalité du solde de leur carte de crédit chaque mois, alors que moins de la moitié des Américains le font.
- Au Canada, les structures de tarification des cartes de crédit diffèrent de celles des États-Unis et ont tendance à comporter beaucoup moins de frais, lesquels sont aussi bien moins élevés.
- Certains aspects du marché du crédit, qui sont courants aux États-Unis et dans la majeure partie du reste du monde – les frais de retard de paiement, par exemple – ne sont pas appliqués par les émetteurs au Canada.

Le secteur bancaire est d'accord qu'il est important que les consommateurs comprennent les conditions d'une carte de crédit ou de tout produit financier. En fait, les banques du Canada adhèrent déjà à la réglementation fédérale qui exige qu'elles déclarent toute l'information sur les conditions, les frais et les taux d'intérêt aux clients titulaires d'une carte de crédit. Les banques sont toujours disposées à rechercher des moyens de rendre leurs documents plus faciles à comprendre, et travailleront avec le gouvernement à cette fin.

L'ABC et ses membres examineront le projet de règlement et fourniront une rétroaction au gouvernement fédéral dans le cadre de son processus de consultation. L'objectif est de s'assurer que les clients continuent de bénéficier du type de commodité, de choix et de services auquel ils s'attendent.

## Les cartes de débit

Les clients sont les mieux servis par un marché ouvert et concurrentiel. Ce principe se vérifie dans chaque secteur de l'économie, y compris dans le cas des détaillants et des petites entreprises ainsi que dans le marché des cartes de débit.

Les Canadiens figurent parmi les plus importants utilisateurs de cartes de débit du monde. Le succès des cartes de débit au Canada peut être attribué, dans une large mesure, au fait que les Canadiens sont attirés par la commodité du débit. Interac peut certainement se glorifier d'une partie de cette réussite. Interac est une marque très solide au Canada. Elle est largement reconnue par les consommateurs canadiens, et acceptée à plus de 400 000 endroits d'un bout à l'autre du pays.

Bien que le système actuel des cartes de débit au Canada serve bien les Canadiens, il doit croître et évoluer pour répondre aux besoins d'une économie mondiale plus intégrée. Par exemple, la capacité des Canadiens d'utiliser leurs cartes de débit pour effectuer des achats au point de vente à l'extérieur du Canada est très limitée, de sorte que les Canadiens n'ont souvent pas accès à ce mode de paiement lorsqu'ils voyagent à l'étranger.

L'innovation en matière de débit pourrait offrir des avantages, tant aux marchands qu'aux consommateurs, en favorisant des percées dans la technologie des paiements par débit, tels que les paiements sans contact, les paiements mobiles et les paiements électroniques. Les Canadiens participent au commerce électronique en nombre record. Par exemple, en 2007, 45 pour cent des utilisateurs d'Internet à domicile ont commandé des biens et des services personnels en ligne. Toutefois, près de toutes les ventes de détail en ligne au Canada s'effectuent au moyen d'une carte de crédit, même si les transactions par carte de débit dépassent le nombre de transactions par carte de crédit, selon un ratio de 1,4 sur 1. Il est manifeste que la demande des consommateurs n'est pas comblée – ce que pourraient faire la concurrence et l'innovation. De plus, les paiements mobiles croissent rapidement à l'échelle mondiale, mais en sont à leurs balbutiements au Canada. La concurrence parmi les réseaux de débit pourrait accélérer le développement de nouvelles technologies mobiles au Canada.

Pour assurer une concurrence qui suscitera efficacement l'innovation, nous devons nous assurer que tous les concurrents ont la liberté de livrer pleinement concurrence dans un marché ouvert, y compris Interac. Tous les concurrents doivent avoir la latitude dont ils ont besoin pour concevoir de nouveaux produits, lancer de nouveaux services et structurer leurs affaires de la manière qui répond le mieux à leurs besoins dans un marché concurrentiel. Ce principe sous-tend tous les marchés concurrentiels et garantit qu'ils fournissent les produits les meilleurs et les plus novateurs aux Canadiens.

Nous reconnaissons qu'il existe des questions et des préoccupations sur le lancement de nouveaux systèmes de cartes de débit au Canada. Toutefois, la réalité est qu'il y a déjà de la concurrence dans les services de paiement au détail. Les systèmes de cartes de débit conventionnels, ainsi que les institutions qui les offrent, font face à une concurrence croissante de la part de fournisseurs de services de paiement non réglementés, comme PayPal. Depuis 2002, la valeur des transactions PayPal s'est accrue, passant de

1,5 milliard de dollars US à 14 milliards de dollars US (2007) – ce qui représente un taux de croissance de 45 pour cent par année<sup>6</sup>. Le volume total de PayPal en 2008 représentait près de 9 pour cent du commerce électronique mondial, et 15 pour cent du commerce électronique américain<sup>7</sup>. D'après eBay, PayPal traitera jusqu'à 14 pour cent des paiements en ligne à l'échelle mondiale d'ici à 2011<sup>8</sup>. Pour demeurer concurrentiels, les fournisseurs de services et les émetteurs de carte ont besoin d'avoir la souplesse d'offrir à leurs clients de meilleurs services de paiement, et ce, en plus grand nombre. La compétition est essentielle pour produire ces innovations et les rendre disponibles aux clients.

## Des banques aidantes en période de récession

Les Canadiens ayant perdu leur emploi ou dont le revenu a diminué, et qui s'inquiètent de pouvoir traverser ces temps difficiles, devraient communiquer avec leur banque le plus tôt possible. Ils peuvent travailler avec leur banquier afin d'explorer des options pour les aider à gérer et à rembourser leur prêt hypothécaire, leur carte de crédit ou leur prêt personnel ou commercial.

Les banques continuent de traiter chaque situation au cas par cas. Elles disposent d'un certain nombre d'outils qu'elles peuvent utiliser selon les circonstances de chacun.

Entre-temps, les banques continuent de prêter aux clients solvables. Même si les fournisseurs non bancaires ont réduit leur crédit ou se sont entièrement retirés du marché, les banques du Canada continuent de rendre le crédit disponible aux entreprises et aux particuliers du Canada. Mois après mois, depuis l'éclatement de la crise financière, les données de la Banque du Canada montrent que les banques du Canada ont augmenté leur crédit aux entreprises, comparativement à la même période de l'année précédente. À la fin d'avril 2009, par exemple, le crédit bancaire aux entreprises avait augmenté de 6,3 pour cent par rapport à avril 2008, ce qui demeure supérieur à la hausse du financement provenant de toutes les sources (3,7 pour cent). En termes de crédit aux particuliers provenant des banques, il a augmenté de 14 pour cent en avril 2009 par rapport au même mois l'an dernier<sup>9</sup>.

## Apprentissage en matière financière

L'ABC offre de l'apprentissage en matière financière au niveau secondaire depuis plus d'une décennie. L'an dernier, elle a repensé son programme, maintenant appelé *VotreArgent*, en collaboration étroite avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, et elle offre une présentation en classe reposant sur ce séminaire et abordant les fondements de l'apprentissage en matière financière. Au moyen du programme *VotreArgent*, elle travaille avec 1 000 banquiers volontaires dans les collectivités du Canada, et a rejoint plus de 175 000 étudiants du secondaire. L'objectif est de les aider à acquérir de l'information pratique sur la tenue d'un budget, l'épargne, l'emprunt, l'investissement et la protection de son argent.

---

<sup>6</sup> Calcul effectué d'après les statistiques de Nikil Chande, *A Survey and Risk Analysis of Selected Non-bank Retail Payments Systems*, document de discussion de la Banque du Canada, 2008-17. p. 11, (tableau 2).

<sup>7</sup> Source : <https://www.paypal-media.com/documentdisplay.cfm?DocumentID=2260>.

<sup>8</sup> Source : Bloomberg, mars 2009.

<sup>9</sup> Banque du Canada, Statistiques financières hebdomadaires, 22 mai 2009.

## Conclusion

Le système de paiement au Canada et dans le reste du monde, en particulier le marché des cartes de crédit, a évolué au point où la plupart des Canadiens tiennent pour acquis le niveau de complexité, l'efficacité et l'envergure du système actuel des cartes de crédit. Au Canada, le système fonctionne bien pour les particuliers et les entreprises, et il s'agit d'un élément essentiel pour garantir que l'accès au crédit et la circulation des paiements continuent de fonctionner efficacement, à l'avantage de l'ensemble de l'économie. Bien que des améliorations puissent être apportées au système – et l'ABC a formulé des suggestions à cet égard dans le présent mémoire – il importe que les artisans de la politique et les législateurs examinent avec soin les impacts potentiels sur tous les aspects du système, ainsi que sur les consommateurs et les entreprises, avant d'envisager de nouvelles mesures.

# Annexe 1 – Circulation des transactions par carte

## Transactions par carte : qui paie qui?

