

Sommaire des résultats du sondage web MODES DE PAIEMENT ET PROGRAMMES DE RÉCOMPENSES

1006 participants - 948 ont complété le sondage entre le 11 et le 14 mars 2010.

L'invitation à répondre a été faite à quelque 12 000 abonnés de l'Union des consommateurs. Les répondants ont un profil socio-démographique qui comporte un biais comparativement à la population en général. Ils sont plus scolarisés, plus riches et plus âgés.

Modes de paiement préférés selon certains types de commerces

Les répondants préfèrent largement le paiement électronique au paiement comptant. La carte de crédit est plus populaire que la carte de débit, sauf à l'épicerie et, dans une moindre mesure, à la pharmacie, deux types de commerce où le débit domine toujours.

Carte de crédit	toujours ou souvent	rarement ou jamais
Épicerie	36 %	45 %
Pharmacie	41 %	47 %
Restaurant	56 %	25 %
Magasins à rayons	56 %	23 %
Hôtel/voyages	78 %	14 %
Station-service (essence)	56 %	33 %

Carte de débit	toujours ou souvent	rarement ou jamais
Épicerie	52 %	37 %
Pharmacie	47 %	41 %
Restaurant	30 %	51 %
Magasins à rayons	35 %	46 %
Hôtel/voyages	12 %	78 %
Station-service (essence)	32 %	59 %

Argent comptant	toujours ou souvent	rarement ou jamais
Épicerie	25 %	52 %
Pharmacie	21 %	54 %
Restaurant	23 %	48 %
Magasins à rayons	14 %	61 %
Hôtel/voyages	5 %	88 %
Station-service (essence)	18 %	68 %

La proportion de répondants qui utilisent davantage la carte de crédit que la carte de débit croit au fur et à mesure que le revenu augmente.

La force d'un réseau

Nos membres réguliers

ACEF ABITIBI-TÉMISCAMINGUE
ACEF AMIANTE – BEAUCE – ETCHÉMIN
ACEF DE L'EST DE MONTRÉAL

ACEF DE L'ÎLE-JÉSUS
ACEF DE LANAUDIÈRE
ACEF DU NORD DE MONTRÉAL
ACEF ESTRIE

ACEF GRAND-PORTAGE
ACEF MONTRÉGIE-EST
ACEF RIVE-SUD DE QUÉBEC
ACQC

6226, rue Saint-Hubert, Montréal (Québec) Canada H2S 2M2
T : 514 521 6820 | Sans frais : 1 888 521 6820 | F : 514 521 0736
union@consommateur.qc.ca | www.consommateur.qc.ca/union

Avantages qui incitent à choisir un mode de paiement plutôt qu'un autre

Les répondants trouvent pratique la carte de crédit et la carte de débit (72 % et 77 % respectivement). Ils considèrent que la carte de crédit est sécuritaire dans une plus forte proportion que la carte de débit (37 % contre 28 %). La possibilité d'obtenir des récompenses est aussi un avantage qui les incite à utiliser la carte de crédit (53 %) (Ce taux diminue toutefois chez les répondants moins fortunés. Par exemple, il chute à 20 % parmi ceux qui gagnent entre 30 et 39 K \$ par an). Le paiement comptant est surtout apprécié pour sa rapidité (62 %).

Les frais associés au mode de paiement constituent un facteur de décision très important dans le choix du mode pour 59 % des répondants et moyennement important pour 25 % d'entre eux.

Pour ce qui est des frais facturés pour l'utilisation de la carte de crédit, 83 % des répondants disent connaître exactement ou plutôt bien ces frais ou prétendent qu'il n'y a aucuns frais. Dans le cas de la carte de débit, cette proportion est de 77 %.

Parmi les répondants qui détiennent au moins une carte de crédit, les motifs pour préférer ce mode de paiement à un autre se classent comme suit :

- moyen sécuritaire (86 % très important ou moyennement important);
- faible coût (72 %);
- facilité d'obtenir remboursement en cas de problème (71 %);
- période de grâce (sans frais d'intérêt) de 21 jours (60 %);
- programme de récompenses (58 %);
- protection supplémentaire sur le bien acheté (56 %).

La possibilité d'étaler les paiements constitue un facteur peu ou pas important pour 50% des répondants, ce qui ne surprend guère puisque 80% des répondants disent régler chaque mois le solde entier de leur carte de crédit toujours ou la plupart du temps.

On note encore ici des variations en fonction du revenu du répondant. Par exemple, chez les répondants dont le revenu se situe entre 50 et 59 :K (ce qui correspond à peu de choses près au revenu moyen des ménages québécois), 69 % disent régler chaque mois le solde entier de leur carte de crédit toujours ou la plupart du temps.

Popularité des cartes de prestige et des programmes de récompense

Parmi les répondants qui disent avoir au moins une carte de crédit, un peu plus de la moitié ont une carte bancaire «de prestige» (or, platine, etc.). Cette proportion baisse à 45 % chez les ménages gagnant entre 50 et 59 K \$ et à 43 % chez ceux gagnant entre 30 et 39 K \$.

75 % disent détenir au moins une carte qui est jumelée à un programme de récompenses. Ce taux fléchit légèrement en fonction des revenus : 73 % chez les ménages gagnant entre 50 et 59 K \$; 71 % chez ceux gagnant entre 30 et 39 K \$.

62 % des répondants qui participent à un quelconque programme de récompenses estiment avoir une idée précise ou assez bonne de la valeur en argent des points ou bonis qu'ils accumulent grâce à ce programme, tandis que 38 % en ont une idée vague ou n'en ont aucune idée.

Ces mêmes répondants se divisent dans une proportion de 80 % et 20 % entre ceux qui ont déjà profité de leurs récompenses et ceux qui ne les ont jamais encore utilisées.

Les répondants décrivent ainsi leur comportement à l'égard des programmes de récompenses :

• J'essaie d'en profiter au maximum et je choisis souvent le mode de paiement ou le magasin en fonction des récompenses offertes	26 %
• J'en profite quand l'occasion se présente mais ces programmes influencent peu mes comportements	39 %
• J'en profite rarement et ces programmes n'influencent pas mes comportements	21 %
• Je n'en profite jamais; je les évite	14 %

On note de façon générale que les ménages à revenu plus élevé sont aussi légèrement plus friands de récompenses que les ménages à revenu moyen ou bas.

Dilemme des frais liés aux récompenses...

S'ils semblent bien connaître les frais qu'ils devront déboursier en fonction du mode de paiement qu'ils choisissent, les répondants connaissent assez mal, en revanche, les frais qui seront assumés par le commerçant. En effet, pour les cartes de crédit, 59 % des répondants disent n'avoir aucune idée de ces frais ou seulement une vague idée, tandis que pour les paiements par carte de débit, cette proportion est de 55 %.

Ils se montrent de prime abord peu préoccupés par les frais facturés au commerçant, puisque s'ils apprenaient que le mode qu'ils ont adopté occasionne des frais très élevés pour le commerçant, 22 % disent qu'ils ne changeraient pas de mode pour autant, 31 % disent qu'ils ne changeraient de mode que s'ils obtenaient un avantage en retour et 36 % changeraient peut-être de mode, en autant que cela ne les pénalise pas.

Confrontés au dilemme de la spirale des coûts des programmes de récompenses, qui fait en sorte que ces programmes de plus en plus généreux occasionnent des frais de transaction de plus en plus élevés pour les commerçants et que ces hausses sont reflétées à l'ensemble des consommateurs à travers une hausse de prix générale des biens et services, les répondants ont des opinions partagées: ils semblent ne pas apprécier que les récompenses de certains soient payées par tous, mais semblent en même temps peu enclins à changer leurs habitudes ou à renoncer à leurs privilèges. Pour trancher ce dilemme, ils optent majoritairement pour une réglementation des frais de transaction.

Voici comment se classent leurs opinions (tout à fait d'accord ou plutôt d'accord) au sujet des énoncés en lien avec cette problématique :

• Le gouvernement devrait imposer un plafond aux frais de transaction	89 %
• Je trouve injuste que l'ensemble des consommateurs paie pour les récompenses offertes à certains utilisateurs de carte de crédit.	74 %
• Tant mieux si les consommateurs qui utilisent ces cartes profitent des récompenses.	74 %
• Les commerçants devraient pouvoir refuser les modes de paiement plus coûteux.	59 %
• Si les consommateurs étaient mieux informés des frais facturés aux commerçants, ils éviteraient les modes de paiement plus coûteux.	56 %
• Ça ne concerne que le commerçant et son institution financière.	52 %
• Les consommateurs devraient éviter les modes de paiement plus coûteux pour le commerçant.	50 %
• Les commerçants devraient facturer à chaque consommateur les frais additionnels associés au mode de paiement qu'il choisit.	36 %

Les opinions sur ces différents énoncés varient peu selon le niveau de revenu des répondants.

Les résultats complets du sondage peuvent être consultés sur le site de l'Union des consommateurs.

Des analyses plus pointues par croisements peuvent aussi être disponibles sur demande.

Pour information : Charles Tanguay - Responsable des communications
514 521-6820 poste 257