



PROGRAMME DE RÉCOMPENSE AIR MILES_{md}

Projet de loi n° 134

Loi visant principalement à moderniser des règles relatives au crédit à la consommation et à encadrer les contrats de service de règlement de dettes, les contrats de crédit à coût élevé et les programmes de fidélisation

Date de soumission : 24 octobre 2017

Présentation de LoyaltyOne et du Programme de récompense AIR MILES

- 1250 employés au Canada, réparties dans des bureaux à Toronto, Mississauga, Calgary et Montréal, où des collaborateurs supervisent et gèrent l'administration quotidienne du Programme pour les partenaires et les adhérents Canadiens du Québec et de l'Atlantique.
- Sommes importantes dépensées en récompenses au Québec et au Canada.
- Siège social à Toronto, avec des activités et des services à l'échelle mondiale.

Programme de récompense AIR MILES

- Environ 11 millions de comptes d'adhérent actifs au Canada, dont 2,3 millions résident au Québec.
- Plus de 220 partenaires aux marques de premier plan émettent des points (milles) dans des milliers de points de vente au détail et de services, ainsi qu'en ligne.
- Au Québec, le programme compte 37 partenaires, dont Jean Coutu, IGA, RONA, Banque de Montréal, Shell et de nombreux autres, ce qui représente plus de 1911 magasins au total.
- AIR MILES est liée aux ventes de ses partenaires québécois à hauteur de 10,6 milliards de dollars par an environ. De plus, ses adhérents utilisent leurs points (milles) pour obtenir annuellement environ 200 millions de dollars en récompenses telles que des vols Air Canada, des articles divers ou des remises en argent.
- Rien que cette année, les adhérents AIR MILES à travers le Canada ont obtenu des récompenses pour une valeur totale de plus d'un milliard de dollars.

Le secteur de la fidélisation au Canada et au Québec

- Les Canadiens participent en moyenne à 13,3 programmes par foyer (Rapport Colloquy 2017)
- Les programmes de fidélisation apportent chaque année des milliards de dollars d'avantages économiques au Québec et au Canada, en exerçant une influence positive sur les ventes aux consommateurs tout en renforçant les relations avec les fabricants, les fournisseurs de services et les entreprises.

Projet de loi n° 134

- Une démarche bienvenue et plus mesurée de la protection du consommateur dans le cadre des programmes de fidélisation. Toutefois, certains éléments nécessitent une meilleure définition et plus d'éclaircissements, à savoir : 187.8 :
 - o Il est proposé que l'expiration des points soit interdite *dans la durée uniquement*, ce qui laisse la possibilité aux exploitants de programmes d'annuler les points des membres qui ne sont plus actifs au sein d'un programme.



PROGRAMME DE RÉCOMPENSE AIR MILES_{md}

Projet de loi n° 134

Loi visant principalement à moderniser des règles relatives au crédit à la consommation et à encadrer les contrats de service de règlement de dettes, les contrats de crédit à coût élevé et les programmes de fidélisation

Date de soumission : 24 octobre 2017

- Il faut élaborer le champ de la loi pour qu'elle autorise les promotions tactiques de courte durée.
- LoyaltyOne sera heureuse de travailler avec le gouvernement du Québec dans le but d'assurer une approche et un résultat équilibrés qui garantiront la viabilité du marché de la fidélisation dans la province, et ce, pour le bénéfice mutuel de toutes les parties prenantes.