

**MÉMOIRE
DE LA COALITION POUR LES CARTES-CADEAUX MULTI-MAGASINS**



Présenté à la
Commission des relations avec les citoyens

Dans le cadre des Consultations particulières et auditions publiques

Concernant le projet de loi n° 60

***Loi modifiant la Loi sur la protection du consommateur et d'autres
dispositions législatives***

Le 21 octobre 2009

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire exécutif	4
Nos recommandations concernent l'Article 8 du projet de loi	5
Introduction	6
Les entreprises membres de la Coalition	7
Notre produit	7
Comment fonctionnent nos cartes prépayées ?	8
Divulgarion des frais	10
Expiration et frais de service.....	11
L'appréciation des programmes de cartes-cadeaux par les détaillants	11
Frais de services et raison d'affaires	12
Protection contre les faillites	13
Cartes multi-magasins personnalisables (de marque Visa ou MasterCard) vs. Cartes de centres commerciaux	13
Demande d'information provenant des consommateurs	13
Survol de la réglementation provinciale	14
L'Ontario et la Colombie Britannique	14
Alberta.....	14
Manitoba.....	14
Nouveau-Brunswick	14
Saskatchewan	14
Nouvelle-Écosse	14
Conclusion et recommandations	15

Sommaire exécutif

Introduction

La Coalition des cartes-cadeaux multi-magasins (MGCC) est constituée des entreprises qui exploitent la grande majorité des centres commerciaux du Québec. Les membres de la Coalition distribuent annuellement 600 000 cartes-cadeaux pouvant être utilisées dans plusieurs magasins. Au Québec, les membres de la coalition offrant des cartes prépayées sont présents dans 31 centres commerciaux. Notre coalition a été formée en 2006 en réponse aux nombreuses demandes d'information des consommateurs et de l'intérêt croissant des gouvernements provinciaux à veiller à ce que ces produits respectent pleinement les réglementations visant la protection des consommateurs.

Notre produit

Nos cartes prépayées sont émises par les institutions financières et sont distribuées dans les centres commerciaux participants via le réseau de distribution MasterCard. Le montant résiduel des cartes prépayées est gardé dans un compte bancaire au bénéfice du porteur de la carte. Ce compte bancaire n'a pas de date d'expiration. Les dépenses portées à la carte sont soustraites au montant du compte bancaire, jusqu'à ce que le compte bancaire soit complètement vide.

Nos cartes prépayées offrent une alternative intéressante par rapport aux cartes prépayées émises par un commerçant unique. Nos cartes prépayées permettent aux consommateurs de choisir parmi des centaines de détaillants dans un seul centre commercial.

Le projet de loi 60

La Coalition des cartes-cadeaux multi-magasins (MGCC) a pris connaissance du projet de loi 60, *la Loi modifiant la Loi sur la protection du consommateur et d'autres dispositions législatives*. Nous appuyons le projet de loi en ce qui concerne l'objectif d'assurer que les consommateurs aient accès à toute l'information requise pour prendre des décisions libres et éclairées. Par le biais de ce mémoire, la MGCC désire faire part à la Commission des relations avec les citoyens de sa préoccupation face à certaines clauses des règles relatives à la vente de cartes prépayées.

Tel que stipulé dans le texte de la section 8 du projet de loi 60, ce dernier introduit des règles relatives à la vente de cartes prépayées, plus particulièrement des règles de divulgation préalable à la vente. Il modifie de plus cette loi pour obliger le commerçant à divulguer le coût total du bien ou du service offert. Nous appuyons ces sections sur la transparence.

Par contre, l'article 187.4 tel que proposé, qui décrète que «*Sous réserve de ce qui peut être prévu par règlement, aucuns frais ne peuvent être réclamés du consommateur pour la délivrance ou l'utilisation de la carte prépayée*», pourrait signifier pour la Coalition des cartes-cadeaux multi-magasins la fin de notre programme de cartes prépayées au Québec.

La transparence

Les membres de notre coalition se sont engagés à respecter un code de bonnes pratiques. L'une des clauses de ce code concerne la divulgation complète de tous les frais associés à l'achat et à l'utilisation de la carte. Nous appliquons déjà des principes stricts en matière d'information des consommateurs qui sont repris dans nos « termes et conditions » remis aux clients, notamment :

- Informer le consommateur préalablement à la délivrance de la carte ;
- Lui fournir, sur un support durable, toute information utile lui permettant d'anticiper certains frais occasionnés par l'utilisation de la carte ;
- Et celle relative à la durée du contrat, à la date d'expiration et à ses conséquences pour le consommateur.

Nos recommandations concernent l'Article 8 du projet de loi

- 1- Exclure les cartes multi-magasins du projet de loi présentement à l'étude, notamment les cartes utilisables dans de multiples enseignes non affiliées entre elles.
- 2- Permettre à l'émetteur ou au distributeur de la carte de charger des frais d'activation au moment de l'achat, à la condition que ces frais soient clairement mentionnés à l'acheteur.
- 3- Permettre à l'émetteur, sur la base d'une entente pour l'utilisation d'une carte multi-magasins, de charger des frais de service au détenteur de la carte, aux conditions suivantes :
 - i. aucun frais n'est chargé pendant les 15 mois suivants la date d'activation de la carte ;
 - ii. les frais n'excèdent pas 2,50 \$ par mois;
 - iii. chaque carte dispose d'une mention, à l'avant de celle-ci et en caractère d'une taille minimale de 10 points, à l'effet que des frais peuvent s'appliquer et que les informations relatives à ces frais sont disponibles à l'endos de la carte ;
 - iv. les conditions dans lesquelles des frais sont appliqués sont clairement exposées à l'endos de la carte.

Introduction

Les membres de la Coalition des cartes-cadeaux multi-magasins (MGCC) distribuent annuellement 600 000 cartes-cadeaux pouvant être utilisées dans plusieurs magasins. Notre coalition a été formée en 2006 en réponse aux nombreuses demandes d'information des consommateurs et de l'intérêt croissant des gouvernements provinciaux à veiller à ce que ces produits respectent pleinement les réglementations visant la protection des consommateurs.

Au Québec, les membres de la coalition offrant des cartes prépayées sont présents dans 31 centres commerciaux :

Centre commercial

Carrefour de L'Estrie
Carrefour Frontenac
Carrefour Richelieu
Carrefour Rimouski
Carrefour Saint-Georges
Centre commercial Rivière-du-Loup
Centre Eaton de Montréal
Centre Manicouagan
Centre Rockland
Centropolis Mall
Complexe Les Ailes
Fairview Pointe Claire
Galeries Terrebonne, Les
La Place Vertu
Laurier Québec
Le Carrefour Laval
Les Galeries Chagnon
Les Galeries d'Anjou
Les Galeries de Hull
Les Galeries de la Capitale
Les Galeries Rive Nord
Les Promenades de l'Outaouais
Les Promenades St-Bruno
Centre Les Rivières
Mail Champlain
Mail Montenach
Place de Ville
Place Montréal Trust
Place Rosemere
Place Ste Foy
Promenades Drummondville, Les

Ville

Sherbrooke
Thetford Mines
St-Jean-sur-Richelieu
Rimouski
Saint-Georges-de-Beauce
Rivière-du-Loup
Montréal
Baie Comeau
Ville de Mont-Royal
Laval
Montréal
Pointe-Claire
Terrebonne
St. Laurent
Sainte-Foy
Laval (Chomedey)
Levis
Ville D'Anjou
Gatineau
Québec
Repentigny
Gatineau
St-Bruno-de-Montarville
Trois-Rivières
Brossard
Beloeil
Montréal
Montréal
Rosemère
Québec
Drummondville

Les entreprises membres de la Coalition

20 Vic Management



Morguard Investments Ltd

Bosa Development

Oxford Properties Group



Cadillac Fairview Corporation Ltd.



Redcliff Realty

Darton Property Advisors

StoreFinancial Services of Canada, Co.



Ivanhoe Cambridge



Notre produit

Nos cartes prépayées sont émises par les institutions financières et sont distribuées dans les centres commerciaux participants via le réseau de distribution MasterCard. Le montant résiduel des cartes prépayées est gardé dans un compte bancaire au bénéfice du porteur de la carte. Ce compte bancaire n'a pas de date d'expiration. Les dépenses portées à la carte sont soustraites au montant du compte bancaire, jusqu'à ce que le compte bancaire soit complètement vide.



Les membres de notre coalition distribuent plus de 600 000 cartes annuellement générant des achats d'environ 42 millions de dollars. Nos cartes prépayées sont vendues par 31 centres commerciaux du Québec. Tous les centres commerciaux du Québec vendant des cartes prépayées sont membres de notre coalition. Les cartes prépayées sont un service pour nos commerçants locataires et pour les consommateurs. Depuis le lancement de ces cartes prépayées il y a 5 ans, le nombre de cartes prépayées vendues a connu une hausse de 33%, une hausse très appréciable compte tenu que la hausse annuelle des ventes au détail est de 3%. Cela démontre clairement de l'intérêt des consommateurs pour un tel produit.

Nos cartes prépayées offrent une alternative intéressante par rapport aux cartes prépayées émises par un commerçant unique (mono-enseigne). Nos cartes prépayées permettent aux consommateurs de choisir parmi des centaines de détaillants dans un seul centre commercial. Ces détaillants œuvrent la plupart du temps dans des secteurs très différents : mode, électroniques, bijoux, restauration et divertissement etc. De plus, ces cartes sont utilisées par le centre commercial comme outil promotionnel afin de hausser leur achalandage et leurs ventes et permettent de desservir les petits commerçants qui ne sont pas en mesure d'offrir leur propre programme.



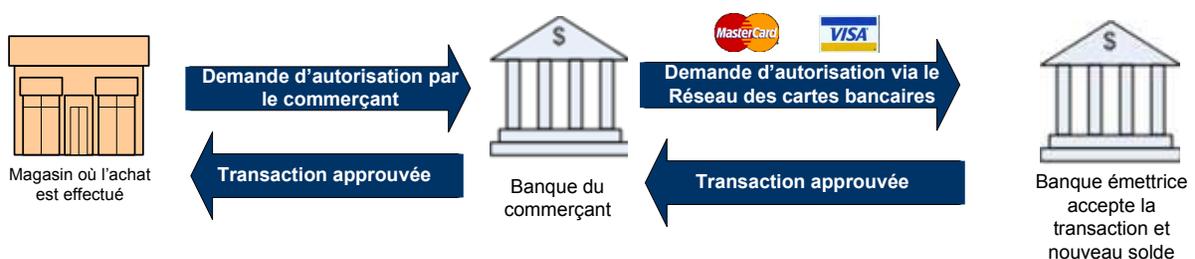
Comment fonctionnent nos cartes prépayées ?

- 1- Le commerçant achète les cartes prépayées à son centre commercial (le distributeur)
- 2- Le distributeur dépose les fonds dans un compte à son institution financière
- 3- Les fonds sont transférés à la banque responsable de l'émission des cartes prépayées
- 4- L'institution financière émettrice conserve les fonds jusqu'à l'utilisation de la carte par le consommateur chez un commerçant participant.
- 5- Lors d'un achat par le détenteur de la carte, le commerçant initie une demande d'autorisation
- 6- La demande d'autorisation est acheminée par MasterCard à l'intermédiaire qui autorise la transaction.
- 7- A la fin de la journée, le commerçant demande à MasterCard un remboursement pour toutes les transactions autorisées de la journée.
- 8- Le lendemain, l'institution bancaire des cartes prépayées transmet au détaillant le montant équivalent aux transactions autorisées de la journée précédente.

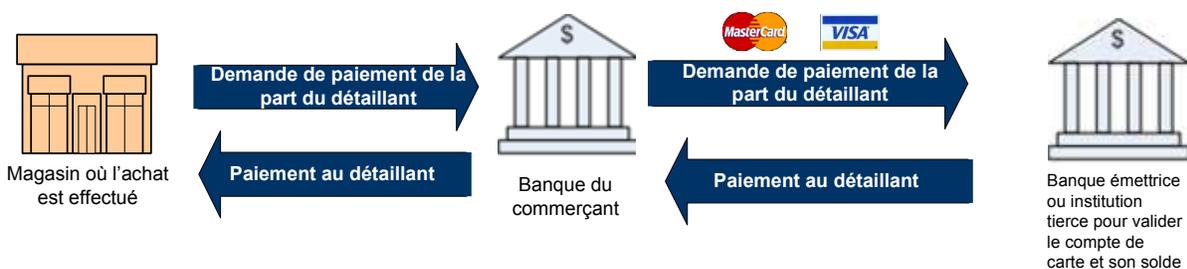
Achat d'une carte-cadeau



Autorisation de l'opération par le réseau bancaire



Transaction utilisant le réseau des cartes bancaires



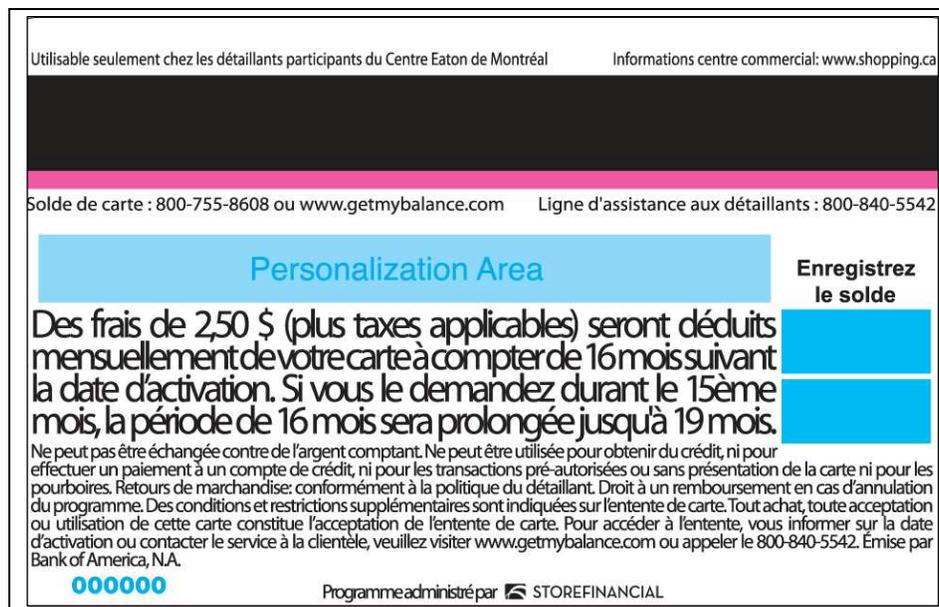
Les centres commerciaux participants ne font aucun profit sur ces cartes prépayées. Seul le commerçant ou a eu lieu la transaction fait un profit. Les centres commerciaux participants n'ont pas accès aux montants d'argent prévues par les cartes. Ces fonds sont sécurisés par l'institution financière qui ne peut que les redistribuer aux commerçants participants lorsque ceux-ci présentent des transactions autorisées. Les centres commerciaux participants assument tous les frais associés à la distribution des cartes prépayées, incluant toute dépense relative à l'acceptation des cartes bancaires telles que Visa et MasterCard lors de l'achat des cartes prépayées. Les centres commerciaux participants n'ont pas accès aux fonds placés dans les comptes bancaires de l'institution financière émettrice. La carte est émise par l'institution financière et l'entente écrite lie le détenteur de la carte et l'institution financière.

Le détenteur de la carte dispose d'une période de 15 mois, à compter de la date d'achat de la carte, pour utiliser la carte sans que des frais ou des charges additionnelles ne lui soient exigés. Plus de 50 % des cartes-cadeaux sont vendus pendant la période des Fêtes. La majorité des montants disponibles par l'Entremise des cartes sont utilisés dans les 6 semaines suivant la date d'achat de la carte.

Divulgence des frais

Les membres de notre coalition se sont engagés à respecter un code de bonnes pratiques. L'une des clauses de ce code concerne la divulgation complète de tous les frais associés à l'achat et à l'utilisation de la carte.

- 1- Au moment de l'achat de la carte, tous les frais liés à l'achat de la carte doivent être mentionnés à l'acheteur (s'il y a lieu). Les frais de service pour le maintien d'un solde au-delà des 15 premiers mois sont aussi mentionnés.
- 2- Une affiche présentant tous les frais est disposée à la vue des clients au comptoir d'achat.
- 3- La mention *FRAIS ÉVENTUELS. DÉTAILS AU VERSO* est inscrite sur chaque carte vendue.
- 4- Les informations relatives à l'utilisation de la carte et aux modalités où des frais s'appliquent sont inscrites à l'endos de chaque carte vendue
- 5- Un sommaire des termes et conditions d'utilisation de la carte, incluant la description des frais spécifiques, accompagne le reçu d'achat remis à l'acheteur.
- 6- Chaque acheteur se voit remettre l'entente de service exposant tous les termes et conditions de l'entente. Cette entente, comme mentionné plus haut, lie le détenteur de la carte et la banque émettrice.
- 7- Le détenteur de la carte peut avoir accès en ligne, à tout moment, aux termes spécifiques et aux conditions d'utilisation de la carte dont il dispose, en entrant le numéro de sa carte-cadeau sur un site web.
- 8- Un numéro sans-frais inscrit au dos de la carte permet au détenteur de rejoindre un représentant du service à la clientèle qui est en mesure de lui fournir toute l'information nécessaire sur les frais et sur l'ensemble des termes et conditions d'utilisation de sa carte-cadeau.



Expiration et frais de service

Les cartes-cadeaux utilisées par les membres de la Coalition pour les cartes-cadeaux multi-magasins ne disposent pas de dates d'expiration. MasterCard exige que les cartes de plastiques soient remplacées après une période de temps prédéterminée pour prévenir toute fraude. Le solde de la carte peut être utilisé de la même façon après le remplacement d'une carte. Aucun frais n'est chargé au détenteur qui doit remplacer une carte pour laquelle il y a toujours un solde disponible.

Tous les frais de services, clairement exposés dans l'entente de service, sont payés à la banque émettrice, non pas au centre commercial. Les frais de service sont débités d'un solde restant 15 mois après la date d'activation de la carte, si un solde est toujours disponible. Environ 96 % des fonds disponibles sur nos cartes sont utilisés à l'intérieur des 15 premiers mois, alors qu'aucun frais de service n'est exigé. À l'exception des cartes qui n'ont jamais été utilisées, la très grande majorité des cartes pour lesquelles des frais sont prélevés ont un solde qui ne dépasse pas quelques dollars, voire quelques sous.

L'appréciation des programmes de cartes-cadeaux par les détaillants

Plus de 97 % des commerçants présents dans nos centres d'achats acceptent nos cartes-cadeaux. Les seuls détaillants qui ne les acceptent pas sont ceux qui n'acceptent que l'argent comptant. Ils sont de plus en plus rares d'ailleurs. Les petits commerçants apprécient particulièrement les programmes de cartes multi-magasins parce qu'ils ne sont pas en mesure d'offrir leur propre programme de cartes-cadeaux, ce qui les désavantage par rapport aux commerçants plus importants qui offrent leur propre programme.

Frais de services et raison d'affaires

Les commerçants qui disposent de leur propre programme de cartes-cadeaux le financent à même les profits qu'ils tirent des biens et services qu'ils offrent. Par exemple, lorsqu'un commerçant vend une paire de chaussures 75 \$, il peut tirer 35 \$ de profits. Lorsqu'une carte-cadeau multi-magasins est utilisée pour cette transaction, le commerçant récupère l'entièreté du 75 \$, aucune part des profits n'est destinée au centre commercial. Celui-ci ne peut donc pas assurer le paiement des dépenses et des frais liés au programme s'il n'a pas la possibilité de charger des frais au consommateur. Aucun centre commercial ne vend de marchandises directement au consommateur. De plus, le programme de cartes-cadeaux multi-magasins est un service qui bénéficie à la fois aux consommateurs et aux commerçants. Le centre commercial qui offre un tel programme doit choisir parmi les options suivantes pour couvrir les frais d'administration du programme :



- exiger de chaque consommateur des frais d'administration équivalant à un pourcentage du montant attribué à la carte au moment de l'activation;
- exiger du détenteur de la carte un montant de 2,50 \$ par mois pour le maintien du solde de la carte, exclusivement pour les détenteurs qui

n'ont pas utilisé l'entièreté du solde à la fin de cette période. Tous les frais déduits des soldes restants après le délai de 15 mois sont payés par la banque émettrice pour couvrir les frais d'administration du programme.

Protection contre les faillites

En cette période économique incertaine, les commerçants doivent jongler avec des situations financières parfois complexes et difficiles. Lorsqu'un détaillant ferme ses portes, rien ne l'oblige à accepter des cartes-cadeaux valides pendant la période de liquidation finale. La plupart du temps, comme ce fut le cas l'an dernier, aux États-Unis, pour *Linens and Things* et *Sharper Image*, la valeur et le remboursement des cartes prépayées sont laissés à la discrétion du juge. Même si les cartes sont acceptées pendant la période de liquidation finale, les détenteurs qui ne se prévalent pas des soldes restants à leur carte se retrouvent avec simple morceau de plastique sans aucune valeur. Une carte du détaillant peut donc perdre toute sa valeur lorsque le commerçant ferme ses portes.

Avec une carte multi-magasins, même si plusieurs détaillants fermaient leurs portes au même moment dans un centre commercial en particulier, le solde des cartes restera entre les mains de la banque émettrice et le détenteur continuera d'avoir accès à un choix diversifié de biens et de services en échange des fonds disponibles sur sa carte.

Cartes multi-magasins personnalisables (de marque Visa ou MasterCard) vs. Cartes de centres commerciaux

Les cartes multi-magasins personnalisables (de marque Visa ou MasterCard) sont généralement vendues dans les pharmacies, les petits dépanneurs ou les épicerie. Ces cartes coûtent généralement entre 3 et 7 \$ pour l'activation. Ces frais s'ajoutent au solde de la carte, au moment de l'achat. Ces cartes sont similaires aux cartes-cadeaux de centres commerciaux, à l'exception du nombre de commerçants qui acceptent la carte. La carte-cadeau de centre commercial est vendue sans frais supplémentaire au consommateur ou pour un maximum de 1,50 \$, par rapport au 3 à 7 \$ pour la carte multi-magasins personnalisable. De plus, l'administrateur du programme de cartes personnalisables doit charger des frais pour couvrir les dépenses des détaillants liés à l'activation des cartes. Les cartes de marque Visa ou MasterCard disponibles dans les épicerie sont valides dans tous les établissements de la chaîne. Par exemple, une carte MasterCard de marque pourra être utilisée dans près d'un million d'établissements à travers le Canada, alors qu'une carte de centre commercial ne sera honorée que dans l'établissement situé à l'intérieur même du centre commercial ou encore dans les établissements présents dans les centres commerciaux du groupe, s'il y a lieu. Ces deux systèmes comportent des avantages et tout deux représentent des segments en croissance parmi les activités de l'industrie de la carte bancaire, notamment grâce à une forte demande du public et à une large acceptabilité du produit.

Demande d'information provenant des consommateurs

Depuis le début du programme des cartes prépayées de notre coalition au Canada, il y a de cela un peu plus de 5 ans, MasterCard et le gestionnaire du programme, Storefinancial, ont procédé au recensement des appels téléphoniques concernant la question des frais de gestion. Le nombre d'appels concernant les frais de gestion a été particulièrement bas si on le compare au nombre de cartes prépayées émises. Par exemple, en 2008, il y a eu 624 000 cartes émises au Québec et notre centre d'appel a reçu 221

appels relativement à la question des frais de gestion. De plus, un bon nombre de ces 221 appels n'étaient pas des plaintes, mais plutôt des demandes d'informations. Cela représente un appel pour chaque 2800 cartes émises, un ratio de 0.035 % .

Survol de la réglementation provinciale

L'Ontario et la Colombie Britannique

L'Ontario et la Colombie Britannique ont implanté une réglementation quasi identique en 2008. Cette réglementation permet un maximum de 1.50 \$ en frais d'adhésion et un maximum de 2.50 \$ en frais de gestion après 15 mois suivant la fin du mois où a eu lieu l'achat de la carte. Les deux réglementations permettent au porteur de la carte de demander un délai de 90 jours, si cette demande est faite pendant le 15e mois. Les deux provinces exigent la présence d'une mention relativement aux frais de gestion, sur le dessus de la carte (en caractères de 10 points) et une explication de ces frais à l'endos de la carte.

Alberta

La réglementation de l'Alberta ne vise pas celles émises par les institutions financières

Manitoba

Le Manitoba ne permet pas des frais d'adhésion, mais permet les frais de gestion après 12 mois d'inactivité sur la carte. Suite à l'adoption de cette réglementation, le gestionnaire *Polo-Park* a cessé d'offrir des cartes-cadeaux multi-magasins.

Nouveau-Brunswick

Le Nouveau-Brunswick permet les frais d'adhésion et les frais de gestion après 12 mois d'inactivité sur la carte.

Saskatchewan

La Saskatchewan interdit tout frais avant ou après la vente d'une carte prépayée. Les membres de la coalition ont donc décidé de cesser la vente des cartes prépayées à partir du 15 janvier 2010. Les résidents de la Saskatchewan se voient donc privés d'un droit fondamental en se voyant interdire l'accès à ce genre de produit.

Nouvelle-Écosse

La Nouvelle-Écosse n'a pas de réglementation sur cette question.

Conclusion et recommandations

Nous vous remercions d'avoir pris le temps de nous recevoir et d'entendre les préoccupations des membres de notre coalition quand au projet de loi 60. Voici donc les recommandations que nous présentons respectueusement à cette commission pour permettre la poursuite de nos activités au Québec :

1. Exclure les cartes multi-magasins du projet de loi présentement à l'étude, notamment les cartes utilisables dans de multiples enseignes non affiliées entre elles.
2. Permettre à l'émetteur ou au distributeur de la carte de charger des frais d'activation au moment de l'achat, à la condition que ces frais soient clairement mentionnés à l'acheteur.
3. Permettre à l'émetteur, sur la base d'une entente pour l'utilisation d'une carte multi-magasins, de charger des frais de service au détenteur de la carte, aux conditions suivantes :
 - i. aucun frais n'est chargé pendant les 15 mois suivants la date d'activation de la carte ;
 - ii. les frais n'excèdent pas 2,50 \$ par mois;
 - iii. chaque carte dispose d'une mention, à l'avant de celle-ci et en caractère d'une taille minimale de 10 points, à l'effet que des frais peuvent s'appliquer et que les informations relatives à ces frais sont disponibles à l'endos de la carte ;
 - iv. les conditions dans lesquelles des frais sont appliqués sont clairement exposées à l'endos de la carte.

Pour plus d'information :

Coalition des cartes-cadeaux multi-magasins

Patrice Ryan
Ryan Affaires publiques
555 René-Lévesque ouest
Bureau 1120
Montréal (Québec) H2Z 1B1
(514) 874-1935