



HOTEL ASSOCIATION OF CANADA  
ASSOCIATION DES HÔTELS DU CANADA

## COMMUNIQUÉ

### **Les entreprises indépendantes et les PME du Canada disent NON à Visa et MasterCard « Cessez de nous coller des frais à payer ! »**

**Ottawa. Le 15 septembre 2008** – Aujourd’hui, le Conseil canadien du commerce de détail (CCCD) et une coalition d’associations partageant les mêmes idées, intérêts et revendications ont lancé, sur la plateforme « [www.StopStickingItToUs.ca](http://www.StopStickingItToUs.ca) », une campagne nationale contre les grandes compagnies de cartes de crédit et les banques qui émettent des cartes imposant des frais cachés faramineux à payer par tous les canadiens. La campagne vise les 4,5 \$ milliards payés chaque année par les canadiennes, canadiens dans les frais dissimulés des cartes de crédit.

Alors que les canadiens s’apprêtent à aller aux urnes cet automne, ils seront à la recherche d’un leadership robuste concernant cette question et sur ses effets sur l’économie du Canada.

Au cours des prochaines semaines, le CCCD demandera aux PME et aux Canadiens de relever la tête et de signifier aux compagnies de cartes de crédit et aux banques qui émettent ces cartes de cesser de nous coller des frais à payer.

Les frais ou commissions d’« interchange » représentent un coût énorme pour les canadiens moyens et pour toute entité qui accepte les paiements par carte de crédit – les marchands, les organismes à but non lucratif, les écoles, les restaurants, les hôtels, les services gouvernementaux et beaucoup d’autres encore. Le ménage canadien moyen paie des centaines de dollars annuellement en frais ou commissions d’« interchange » sans même le savoir parce que ces frais sont dissimulés parmi les frais à payer de virtuellement toute transaction effectuée.

Un récent sondage réalisé par Nanos Research pour le compte du Conseil canadien du commerce de détail a conclu que :

- 55 % des canadiens ont une compréhension limitée des frais inhérents aux cartes de crédit
- 63 % des canadiens croient que les frais des cartes de crédit augmentent sans aucune valeur ajoutée
- 77 % des canadiens croient que les compagnies de cartes de crédit ne sont pas suffisamment transparentes dans l’explication des frais qu’ils chargent pour les cartes de crédit.

Tout près de 2 \$ pour chaque 100 \$ dépensés par les canadiens par le truchement des cartes de crédit sont empochés directement par les grandes compagnies de cartes de crédit et les banques émettrices de ces cartes. Le Canada est l’un des rares pays industrialisés dans le monde qui ne réglemente pas les frais de cartes de crédit ; c’est pourquoi ces frais au Canada sont parmi les plus dispendieux au monde – et en constante escalade.

« Les grandes compagnies de cartes de crédit et leurs banques abusent des marchands locaux, des entreprises et de tous les canadiens en exploitant les failles qui dissimulent de la vue du consommateur moyen le coût réel de ces frais faramineux », de déclarer Diane J. Brisebois, présidente et chef de la direction du CCCD. « Notre coalition, ajoute-t-elle, enjoint le gouvernement à l’action et sollicite les candidats de la présente élection à prendre position sur cette question préoccupante ».

En cette période de perte de momentum économique au Canada, ces frais faramineux et non-réglés s’avèrent préoccupants alors que les entreprises autant que les consommateurs doivent se serrer la ceinture.

« Les coûts continuent à monter pour l’industrie d’hébergement à travers le Canada », dit le président de l’association des hôtels, Tony Pollard. « Nous invitons le gouvernement à mettre un arrêt à cette avarice sans entrave et injustifiable dans les honoraires perçus. »

« Les canadiens assument des frais de carte de crédit qui sont parmi les plus élevés au monde », de dire Diane J. Brisebois. « Les marchands et les autres entreprises ne s'opposent pas aux frais en soi, mais encore faut-il que ces frais correspondent au service pour lequel on paie. Les grandes compagnies de cartes de crédit et les banques émettrices de leurs cartes échappent à tout contrôle de sorte qu'il est devenu nécessaire d'en régler la pratique ».

### **Membres de la coalition « Cessez de nous coller des frais à payer ! »**

Association des hôtels du Canada/Hotel Association of Canada  
Conseil canadien du commerce de détail / Retail Council of Canada  
Alberta Liquor Stores Association  
Canadian Booksellers Association  
Association canadienne des dépanneurs en alimentation / Canadian Convenience Stores Association  
Conseil canadien des distributeurs en alimentation / Canadian Council of Grocery Distributors  
Fédération canadienne des épiciers indépendants / Canadian Federation of Independent Grocers  
Canadian Jewellers Association  
Conseil Québécois du commerce de détail / Québec Retail Council  
Ontario Accommodation Association  
Ontario Restaurant Hotel and Motel Association

### **Méthodologie de la recherche (sondage d'opinion)**

Le sondage téléphonique aléatoire par Nanos Research a recueilli l'opinion de 1 000 canadiennes, Canadiens entre les 20 et 27 août 2008. Pour un échantillon de 1 000 répondants, la marge d'erreur est de l'ordre de +3,1 %, 19 fois sur 20. Plus de plus amples renseignements, consulter la société de recherche Nanos à l'adresse URL [www.nanosresearch.com](http://www.nanosresearch.com).

### **À propos du CCCD (Conseil canadien du commerce de détail)**

Le Conseil canadien du commerce de détail (CCCD) est la Voix des Marchands au Canada depuis 1963. Nous prenons la parole pour une industrie qui touche la vie quotidienne des canadiens dans chaque coin du pays – en procurant des emplois, des occasions de carrière, et en investissant dans les collectivités locales que nous desservons. Le CCCD est une société sans but lucratif dont les fonds proviennent de l'association des membres de l'industrie ; forte de plus de 40 000 « vitrines sur rue » de tous formats à travers le Canada, le membership inclut les magasins à rayons, les boutiques spécialisées, les magasins d'escompte, les magasins indépendants et les marchands en ligne.

### **À propos de l'AHC (L'association des hôtels du Canada)**

L'association des hôtels du Canada (AHC) est une association professionnelle d'industrie représentant l'industrie d'hébergement au Canada. Son adhésion entoure les associations provinciales et territoriales d'hôtels, les chaînes d'hôtels de corporation, les hôtels indépendants, les motels, les lieux de séjours et les nombreux fournisseurs à l'industrie hôtelière. L'objectif de l'AHC est d'aider ses membres nationaux et internationaux car ils essayent d'augmenter leur compétitivité et de réaliser leur résultat.

Pour de plus amples renseignements, consulter [www.stopstickingittous.ca](http://www.stopstickingittous.ca)

-- 30 --

Mark Beazley, Directeur, Communications  
Conseil canadien du commerce de détail  
[mbeazley@retailcouncil.org](mailto:mbeazley@retailcouncil.org)  
T : (416)922-0553 poste 228  
Sans frais : 1-888-373-8245 poste 228

Tony Pollard, Président  
L'association des hôtels du Canada  
[pollard@hotelassociation.ca](mailto:pollard@hotelassociation.ca)  
T : (613)287-7149 poste 12