



Étude pilote : Services « Achetez maintenant, payez plus tard » offerts au Canada





Étude pilote : Services « Achetez maintenant, payez plus tard » offerts au Canada

Introduction

Un élément important du mandat de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est de surveiller et d'évaluer les tendances et les nouveaux enjeux susceptibles d'avoir une incidence sur les consommateurs de produits et services financiers.¹ Les innovations technologiques dans le secteur des services financiers et l'évolution des comportements des consommateurs ont entraîné une augmentation constante des ventes des commerces de détail en ligne au cours des dernières années, et la pandémie de COVID-19 a influencé considérablement la manière dont les consommateurs effectuent des achats au détail. Les ventes des commerces de détail en ligne ont atteint des niveaux sans précédent durant la pandémie², ce qui a contribué à la prolifération des services « Achetez maintenant, payez plus tard » au Canada.

Les services « Achetez maintenant, payez plus tard » comprennent un vaste éventail d'ententes de crédit. En règle générale, il s'agit d'un type de crédit à la consommation qui s'apparente à un prêt à tempérament. Cependant, contrairement aux prêts à tempérament typiques dont on se servait traditionnellement pour effectuer des achats de grande valeur (p. ex. payer des électroménagers en quatre ans), les services « Achetez maintenant, payez plus tard » peuvent être utilisés afin de faire des achats dont le montant est inférieur et de se procurer une gamme beaucoup plus large de produits et services, comme des vêtements, des articles ménagers essentiels, des produits d'épicerie, des divertissements et des voyages. Qui plus est, de nombreux services « Achetez maintenant, payez plus tard » modernes sont accessibles presque instantanément en ligne au point de vente (et dans certains cas, en magasin), alors qu'auparavant, les consommateurs devaient généralement se soumettre à processus de demande de crédit plus long en magasin. À l'instar des prêts à tempérament typiques, les services « Achetez maintenant, payez plus tard » permettent aux consommateurs d'acheter des biens et services immédiatement en leur donnant la possibilité de reporter le paiement ou de l'étaler sur une certaine période en payant en petits versements égaux. Les services « Achetez maintenant, payez plus tard » offerts au Canada peuvent généralement être regroupés en deux catégories : les services « Achetez maintenant, payez plus tard » en ligne³, qui sont principalement utilisés pour faire des

¹ Agence de la consommation en matière financière du Canada (2021). Au sujet de l'ACFC : <https://www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere/organisation/au-sujet.html>

² Statistique Canada (2021). Ventes au détail par commerce électronique (X 1 000). https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=2010007201&cubeTimeFrame.startMonth=03&cubeTimeFrame.startYear=2020&cubeTimeFrame.endMonth=07&cubeTimeFrame.endYear=2021&referencePeriods=20200301%2C20210701&request_locale=fr

³ Tout au long de ce rapport, le terme « service “Achetez maintenant, payez plus tard” en ligne » est utilisé principalement pour désigner des services « Achetez maintenant, payez plus tard » offerts en ligne par des entreprises de technologie financière et utilisés au point de vente, mais il peut également englober un petit nombre d'utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » liés à une carte de crédit offerts en ligne.



achats en ligne au point de vente, et les services « Achetez maintenant, payez plus tard » qui sont liés à l'utilisation d'une carte de crédit.

Renseignements importants à propos des résultats présentés dans ce rapport

Dans le cadre de cette étude pilote, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada a fait appel aux services des Associés de recherche EKOS pour mener une recherche sur l'opinion publique à propos de l'utilisation et de la compréhension des services « Achetez maintenant, payez plus tard » par les Canadiens. Cette recherche visait à permettre à l'ACFC d'approfondir sa compréhension du marché canadien des services « Achetez maintenant, payez plus tard » en sondant les consommateurs canadiens. Un sondage a été effectué auprès de 1 034 Canadiens âgés de 18 ans et plus. De ce nombre, 66 répondants étaient des utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard ». Comme la plupart des résultats présentés dans ce rapport sont liés à ce petit sous-échantillon, ils ne devraient pas être considérés comme représentatifs de la population canadienne dans son ensemble. Par conséquent, des fréquences et pourcentages non pondérés sont utilisés tout au long de ce rapport par souci de clarté. De ces 66 répondants, 20 ont participé à des entrevues de suivi menées par EKOS. Afin d'obtenir des informations pour rédiger ce rapport, l'ACFC a également effectué un examen de la littérature, consulté d'autres organismes de réglementation et intervenants fédéraux et provinciaux pertinents, et s'est penchée sur des expériences menées ailleurs dans le monde en ce qui a trait aux services « Achetez maintenant, payez plus tard ».

Pour consulter le rapport méthodologique en version intégrale et les tableaux de données connexes (qui ont été élaborés au moyen de pourcentages pondérés et de fréquences non pondérées), [veuillez visiter le site de Bibliothèque et Archives Canada](#).

Résultats clés

Qui sont les personnes qui utilisent les services « Achetez maintenant, payez plus tard »?

Parmi les Canadiens sondés dans le cadre de cette étude, 34 % (347 sur 1 034) ont indiqué qu'ils connaissaient bien⁴ les services « Achetez maintenant, payez plus tard », et 8 % (66 sur 806)⁵ qu'ils avaient utilisé au moins un tel service au cours de la période de référence du sondage (de septembre 2019 à mars 2021).

L'utilisation des services « Achetez maintenant, payez plus tard » n'a pas varié selon le sexe des répondants. Dans l'ensemble, les utilisateurs de tels services avaient tendance à être plutôt jeunes, le plus grand nombre d'utilisateurs appartenant à la catégorie d'âge de 18 à

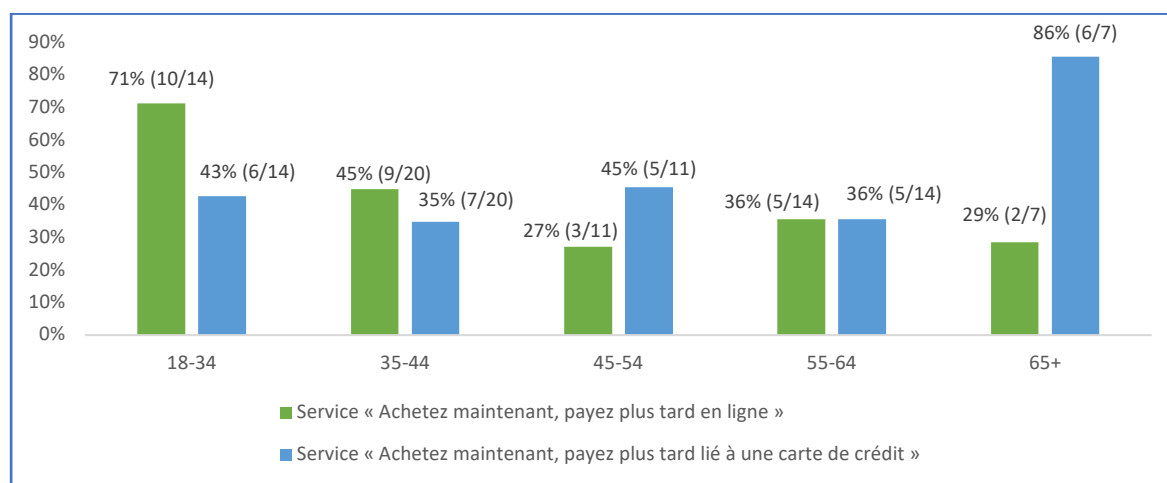
⁴ Cette proportion (34 % — 347 sur 1 034) regroupe les répondants au sondage qui ont indiqué qu'ils connaissaient assez bien ou très bien les services « Achetez maintenant, payez plus tard ».

⁵ On a demandé à 806 répondants au sondage (ceux qui ont indiqué qu'ils n'ont « jamais entendu parler » des services « Achetez maintenant, payez plus tard » ont été exclus) s'ils avaient utilisé au moins un service « Achetez maintenant, payez plus tard » de septembre 2019 à mars 2021 et 8 % d'entre eux (66 sur 806) ont répondu « oui ».



44 ans. Même si ce résultat n'a pas d'importance statistique, on constate que le type de service « Achetez maintenant, payez plus tard » utilisé a varié d'une catégorie d'âge à l'autre (voir la Figure 1), notamment pour ce qui est des services « Achetez maintenant, payez plus tard » liés à une carte de crédit. Les plus jeunes utilisateurs (ceux âgés de 18 à 34 ans) semblent plus susceptibles d'avoir déjà utilisé un service « Achetez maintenant, payez plus tard » en ligne, tandis que les utilisateurs les plus âgés (ceux de 65 ans et plus) semblent plus susceptibles d'avoir utilisé un service « Achetez maintenant, payez plus tard » lié à une carte de crédit.

Figure 1. Type de service « Achetez maintenant, payez plus tard » utilisé par catégorie d'âge



Raisons pour utiliser un service « Achetez maintenant, payez plus tard »

Les raisons les plus couramment citées pour justifier l'utilisation d'un service « Achetez maintenant, payez plus tard » sont les suivantes :

- « pour m'aider à budgétiser » (28 répondants sur 66, soit 42 %);
- « je ne pourrais pas me permettre l'achat tout de suite » (26 répondants sur 66, soit 39 %);
- « pour éviter les intérêts et des frais » (15 répondants sur 66, soit 23 %).

Pour les personnes qui ont participé aux entrevues de suivi, une motivation commune pour utiliser un service « Achetez maintenant, payez plus tard » était que cette solution leur permettait de faire des paiements plus faciles à gérer. Parfois, certaines personnes peuvent utiliser un tel service pour combler un « besoin » soudain ou profiter d'une « occasion » quand elles n'ont pas les fonds disponibles tout de suite.

Parmi les 347 répondants qui ont indiqué bien connaître les services « Achetez maintenant, payez plus tard », 287 n'en avaient jamais utilisé. De ces 287 répondants, 74 % (213 sur 287) ont déclaré qu'ils n'envisageraient pas d'utiliser un tel service, et les raisons les plus



couramment citées étaient « je préfère utiliser d'autres modes de paiement » (106 sur 213, soit 50 %) et « je n'ai pas besoin de crédit » (105 sur 213, soit 49 %).

Fréquence d'utilisation

En ce qui a trait à la fréquence d'utilisation, 59 % des utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » (39 sur 66) ont indiqué qu'ils avaient utilisé un tel service une seule fois de septembre 2019 à mars 2021 et 8 % (5 sur 66) ont déclaré en avoir utilisé un plus de cinq fois au cours de la période de référence du sondage.

Quarante-et-un pour cent des utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » (27 sur 66) ont déclaré avoir utilisé un tel service plus d'une fois. De ces 27 utilisateurs, 26 % (7 sur 27) ont indiqué avoir utilisé un service « Achetez maintenant, payez plus tard » de deux fournisseurs de services différents ou plus, et 44 % (12 sur 27) ont dû faire en même temps des paiements prévus pour deux achats effectués avec ce type de service ou plus.

Tableau 1. Fréquence d'utilisation des services « Achetez maintenant, payez plus tard » [par les utilisateurs/utilisateurs actifs]

Ont utilisé un service « Achetez maintenant, payez plus tard »...*	Nombre d'utilisateurs (sur 66)
Une seule fois	39
Plus d'une fois	27
Plus de cinq fois	5

Ont utilisé un service « Achetez maintenant, payez plus tard » plus d'une fois ET...*	Nombre d'utilisateurs (sur 27)
Utilisé un service de deux fournisseurs ou plus	7
Fait en même temps des paiements prévus pour deux achats effectués avec ce type de service ou plus	12

*Au cours de la période de référence du sondage (de septembre 2019 à mars 2021)

Montant dépensé pour un achat effectué avec un service « Achetez maintenant, payez plus tard »

Les prêts à tempérament typiques sont généralement utilisés pour des achats de grande valeur, tels que les électroménagers et les meubles. Les services « Achetez maintenant, payez plus tard » permettent aux consommateurs d'avoir recours à un prêt à tempérament pour des achats dont le montant est plus petit et pour une gamme beaucoup plus vaste de biens et services qu'auparavant.



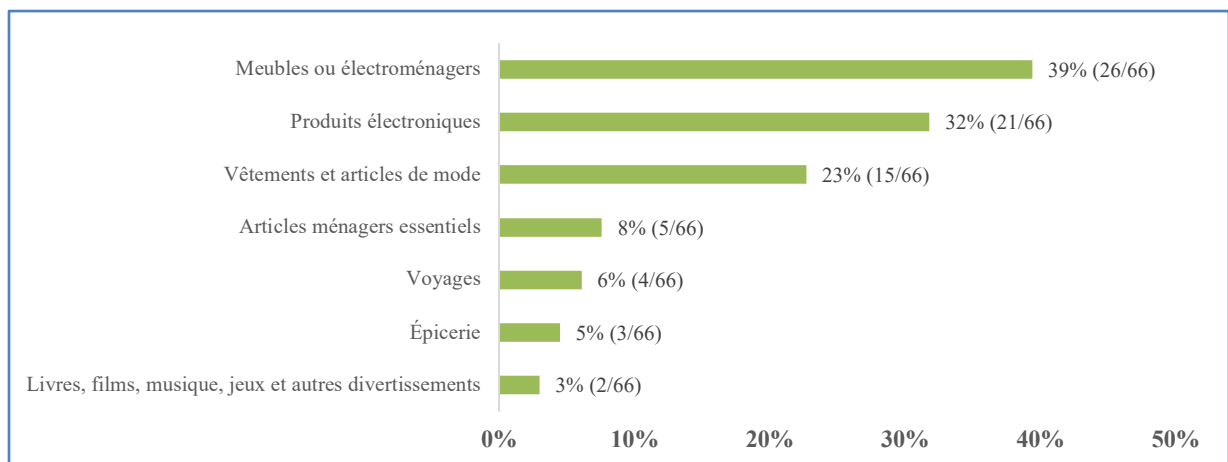
Lorsqu'on leur a demandé le montant du dernier achat qu'ils avaient effectué avec un service « Achetez maintenant, payez plus tard », 74 % des utilisateurs (49 sur 66) ont déclaré avoir dépensé un montant de plus de 200 \$, 15 % (10 sur 66) un montant de 100 \$ à 200 \$, et 11 % (7 sur 66) moins de 100 \$.

De plus, on a demandé aux utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » si le recours à un tel service avait eu une incidence sur le montant qu'ils avaient dépensé, et 20 % (13 sur 66) ont indiqué qu'ils avaient dépensé « un peu plus » ou « beaucoup plus » que s'ils n'avaient pas eu recours à un tel service.

Achats effectués par les utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » sondés

Les articles les plus couramment achetés au moyen d'un service « Achetez maintenant, payez plus tard » sont les meubles ou électroménagers (39 % des utilisateurs — 26 sur 66), les produits électroniques (32 % des utilisateurs — 21 sur 66), et les vêtements et articles de mode (23 % des utilisateurs — 15 sur 66). Cela dit, les services « Achetez maintenant, payez plus tard » ont été utilisés pour acheter une vaste gamme de produits et services (Figure 2).

Figure 2 : Produit ou service acheté par les utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » sondés



Paiements liés à l'utilisation d'un service « Achetez maintenant, payez plus tard »

En ce qui a trait aux paiements, 42 % des utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » (28 sur 66) ont effectué leurs paiements prévus au moyen d'une carte de crédit, tandis que 30 % d'entre eux les ont effectués par l'entremise d'un compte bancaire lié. Des 41 utilisateurs qui avaient déjà complètement remboursé leur achat, 95 % (39 sur 41) ont déclaré qu'ils avaient effectué leurs paiements à temps.



Cependant, 15 % des utilisateurs qui avaient complètement remboursé leur achat et effectué leurs paiements à temps (6 sur 39) ont déclaré avoir dû faire des compromis financiers défavorables, comme retarder le paiement d'une autre facture, utiliser un découvert bancaire, emprunter de l'argent à un membre de leur famille ou à un ami, dépasser la limite de leur carte de crédit, réduire leurs biens essentiels ou contracter un prêt, ou faire une avance de fonds.

Compréhension des caractéristiques des services « Achetez maintenant, payez plus tard »
Beaucoup d'utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » ont déclaré que certaines caractéristiques étaient difficiles à comprendre. Notamment, 44 % des utilisateurs (29 sur 66) ont trouvé qu'il était difficile de comprendre l'effet que le recours à un tel service pourrait avoir sur leur cote de crédit, 36 % (24 sur 66) qu'il était difficile de comprendre la marche à suivre pour régler un différend potentiel, et 21 % (14 sur 66) qu'il était difficile de comprendre le montant des pénalités ou des frais d'intérêt pour tout paiement manqué ou partiel.

Principales observations

Les services « Achetez maintenant, payez plus tard », comme d'autres formes de crédit, peuvent remplir une fonction importante et parfois nécessaire pour certains consommateurs. Ceux offerts au point de vente à un taux d'intérêt de 0 % peuvent représenter une solution particulièrement économique pour emprunter de l'argent et offrir un moyen rapide et pratique d'effectuer des paiements pour des biens et services dans des points de vente familiers (p. ex., commerces de détail en ligne). Les services « Achetez maintenant, payez plus tard » peuvent également jouer un rôle bénéfique en aidant certains consommateurs à budgétiser leurs dépenses et à en atténuer l'impact, particulièrement lors de périodes de difficultés financières ou d'incertitude économique.

Cependant, ces services comportent des risques qui nécessitent un examen plus poussé dans l'optique d'atténuer les préjudices et les conséquences défavorables qui peuvent en découler pour les consommateurs. Notamment, le risque de trop emprunter et de trop s'endetter est lié à des biais de nature comportementale et psychologique qui peuvent accroître l'attrait des produits et services « Achetez maintenant, payez plus tard » pour les consommateurs. Parmi les autres risques à explorer plus en profondeur, citons les répercussions des services « Achetez maintenant, payez plus tard » sur les Canadiens financièrement vulnérables, l'incidence de manquer des paiements associés à ces services sur le bien-être financier général des consommateurs, le niveau de compréhension par les consommateurs de caractéristiques importantes de ces services, l'impact de ceux-ci sur la cote de crédit des utilisateurs, et les processus de règlement des différends relatifs à ces services. En particulier, de nombreux utilisateurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » sondés dans le cadre de cette étude ont trouvé que ces deux derniers aspects étaient difficiles à comprendre.



Conclusion

Les services « Achetez maintenant, payez plus tard » offerts au Canada évoluent rapidement. Les données recueillies aux fins de cette étude semblent indiquer que pour la majorité des utilisateurs sondés, l'utilisation d'un service « Achetez maintenant, payez plus tard » a été une expérience positive. Cependant, elles laissent entrevoir des risques qui nécessitent une recherche et un examen plus approfondis.

Prochaines étapes pour l'ACFC

1. L'ACFC continuera à surveiller l'évolution du marché des services « Achetez maintenant, payez plus tard » au Canada. En prenant appui sur les résultats et les observations de cette étude pilote, l'ACFC effectuera une recherche de suivi ciblée sur les services « Achetez maintenant, payez plus tard » offerts au Canada, ce qui lui permettra de mieux comprendre comment les Canadiens s'en servent et de veiller à ce que les Canadiens puissent les utiliser de manière optimale et en tirer le meilleur profit possible tout en minimisant et en éliminant si possible les conséquences défavorables que ces services pourraient avoir sur les consommateurs.

Dans le cadre de cette recherche complémentaire, l'ACFC cherchera à déterminer si les résultats de cette étude pilote peuvent être généralisés à l'ensemble de la population canadienne, de même qu'à :

- comprendre comment les Canadiens financièrement vulnérables utilisent les services « Achetez maintenant, payez plus tard » et interagissent avec les fournisseurs de ces services;
 - déterminer dans quelles circonstances les consommateurs subissent des conséquences défavorables associées à l'utilisation des services « Achetez maintenant, payez plus tard »;
 - évaluer les processus de règlement des différends relatifs aux services « Achetez maintenant, payez plus tard »;
 - examiner le cadre réglementaire applicable aux fournisseurs de services « Achetez maintenant, payez plus tard » qui exercent des activités au Canada.
2. L'ACFC surveillera l'évolution du marché des services « Achetez maintenant, payez plus tard » à l'échelle internationale avec la collaboration continue de ses homologues internationaux.
 3. L'ACFC cherchera à assurer une coordination avec les autorités provinciales et territoriales de surveillance financière pertinentes afin de faciliter, dans la mesure du possible, l'échange de connaissances et d'expertise avec celles-ci et l'harmonisation des approches en matière de surveillance.



4. L'ACFC continuera à fournir aux consommateurs un accès à des renseignements éducatifs opportuns, efficaces et objectifs sur les services « Achetez maintenant, payez plus tard » afin de promouvoir leur utilisation responsable.