

- 34 CINÉMA
- 35 MARDI-IMMO
- 42 RADIO-TV
- 43 SUDOKU
- 44 MÉTÉO

Tout sur le Centre Klee de Renzo Piano.

# Plongée dans la jungle de la monnaie plastique

**CARTES DE CRÉDIT • Migros et Coop nous annoncent des cartes Mastercard sans taxe annuelle, ou presque. Une pratique pas si nouvelle.**

ELIANE WAEBER IMSTEPF

Après avoir claironné l'arrivée d'une carte de crédit presque gratuite, Coop et Migros aiguissent leurs couteaux. Dans le plus grand secret pour Migros. A Coop, Félix Wehrle avoue: «Nous voulons, un, casser une situation de non concurrence; deux, offrir, dans le secteur alimentaire surtout, la possibilité d'acheter à crédit sans frais préalables; trois, ça sera une carte de moins dans le portefeuille de ceux qui ont déjà une Supercard». Puisqu'on a quelques mois pour réfléchir, laissons le côté inquisiteur des cartes Cumulus et Supercard, et penchons-nous sur les coûts des cartes de crédit.

Plusieurs acteurs

Si une carte de crédit peut être gratuite, c'est que ses émetteurs (la marque et la banque) font leur bénéfice à un autre étage. En décembre dernier, Christian Chevolet, rédacteur en chef de *Bon à savoir* et de *Tout compte fait*, expliquait, dans ce dernier magazine, la quadrature qui dynamise la carte de crédit: «Le client achète, par exemple, un article de 100 francs. Mais, en réglant avec sa carte, il verse en fait son dû à une banque (UBS, CS, Cornèr...), laquelle va restituer cette somme à un intermédiaire (Aduno, Telekurs), qui va lui-même la rembourser au commerçant.» Christian Chevolet rappelait que la prime annuelle d'une carte de crédit risquait en fait d'être augmentée pour compenser le rabais que le commerçant aurait sous peu le droit d'accorder à ceux qui paient comptant. (Décision de la Comco juste avant fin 2005). Or, avant l'entrée en vigueur de l'accord de la Comco, voilà qu'on nous annonce des cartes gratuites, ou presque.

En somme pourquoi paient-on une taxe pour notre carte de crédit? A quels frais correspond-elle? Qui sont les acteurs

de ce mode de paiement, d'où viennent les bénéfices et comment sont-ils partagés? Que peut faire le consommateur pour gérer au mieux et à moindres frais ce mode de paiement bien pratique?

Sur le marché des cartes de crédit, la concurrence a plusieurs niveaux. Il n'y avait d'abord que les marques (Master Card, American Express, Visa). De plus en plus se sont profilés les émetteurs (banques ou groupes de banques). Le plus récent acteur est le partenaire: Swiss, TCS, et maintenant Migros et Coop. Les cartes, en plus de leur marque, mentionnent le nom de l'émetteur et celui du partenaire. Dans le jargon professionnel, elle est dite co-marquée.

Moins visibles mais importants, les acquiescés de marché sont ceux qui tissent le réseau des points de vente acceptant une carte. Les marques font elles-mêmes ce travail ou le délèguent. Par exemple, Swisscard (Swisscard AECS AG), joint-venture entre le Credit Suisse et American Express, est pour American Express à la fois l'émetteur et l'acquéreur. Les acquiescés pour les autres cartes sont Telekurs Multipay et Aduno.

En Suisse, les principaux émetteurs sont Cornerbank, Credit suisse via Swisscard, UBS et Viseca (une entreprise groupant plusieurs banques dont les banques cantonales et Raiffeisen, les banques Coop et Migros).

État des lieux

Il y avait fin 2005 3,4 millions de cartes de crédit sur le marché suisse. Swisscard revendique la place de numéro un avec un volume de 843 000 cartes, soit à peu près un quart. Mais la porte-parole d'UBS estime couvrir 30% du marché suisse... Cornerbank annonce pour sa part 600 000 titulaires de cartes Visa et Master card.

Les prix des cotisations sont très variables. Normalement, plus elles sont chères (Gold, Platine) plus elles offrent de prestations autres que la fonction de moyen de paiement. Ces avantages ont la forme d'assurances (notamment dans les voyages, perte de bagages, avion manqué) ou de programmes de bonification (gain de points grâce à un partenariat avec des compagnies aériennes, des hôtels, etc.).

Cartes co-marquées

Ce sont les partenariats avec une autre entreprise ou une association qui permettent les cartes co-marquées, offrant soit des taxes annuelles avantageuses, soit des prestations particulières, soit les deux. Cela peut être un prix d'appel qui ne dure qu'un an, comme celui de Swisscard avec le TCS, à 25 francs la première année. Tout récemment, l'UBS a annoncé une Mastercard gratuite un an pour les membres de la Fédération suisse de vol libre (SHV/FSVL) tandis que Cornerbank a un partenariat avec «Miles and More international» qui permet de collectionner des bonus sur les compagnies d'aviation. Mais une carte peut aussi être co-marquée par esthétique. Par exemple une carte émise par UBS et décorée Alinghi ou Monet, c'est seulement pour faire joli. Ou par altruisme. Une équipe de football, une œuvre caritative, ou le WWF peuvent être les bénéficiaires de vos points bonus. Avec ou sans taxe annuelle avantageuse.

Occuper le marché

La cotisation moins chère, voire gratuite, peut aussi être une manière d'attirer une clientèle future, les étudiants par exemple qui bénéficient pendant plusieurs années de rabais, voire de la gratuité. A l'UBS, le compte génération (de 12 à 20 ans) et le compte



La monnaie plastique a bien d'autres rôles que remplacer les billets de banque. KEYSTONE

TROIS QUESTIONS À...



Joëlle Renevey

Responsable du service de gestion des dettes de Caritas Fribourg dont les lecteurs de *La Liberté* lisent chaque mois une chronique dans cette même page.

1. Vous qui aidez les gens endettés, comment recevez-vous cette annonce de cartes de crédit à prix bradés?

En principe, les gens endettés ne devraient pas être concernés. Quel que soit le prix de la carte de crédit, ceux qui l'émettent ont la même base légale et doivent se soumettre à la nouvelle loi sur le crédit à la consommation, la LCC.

2. Et pour le consommateur moyen? N'est-ce pas une opportunité de s'endetter?

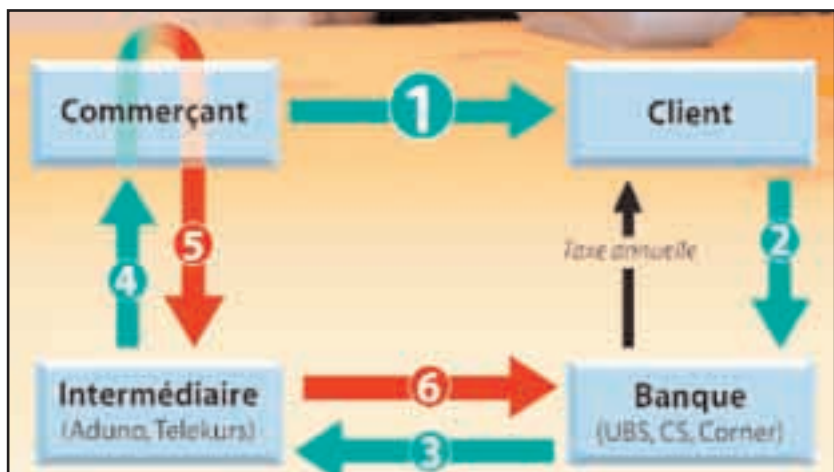
Oui, et cela nous préoccupe car nous aidons aussi des personnes qui ne sont pas endettées mais qui ont des difficultés financières. En principe, elles devraient aussi être protégées par la LCC. Toutefois, pour les cartes de crédit, la protection

est limitée. L'organe qui accorde la carte n'a pas besoin, comme pour un crédit, de faire un calcul de budget. Certaines personnes risquent d'obtenir une carte quasi gratuite qui les soulagera dans un premier temps. Mais au lieu d'avoir un maximum de découvert sur une carte, ce sera sur deux ou trois... On constate souvent que les gens dépensent davantage s'ils ont une carte que s'ils doivent payer directement leur achat.

3. Cela risque donc de vous amener plus de travail?

C'est un risque et il faut qu'il soit connu. En revanche, remplacer sa carte de crédit par une autre qui ne coûte presque rien, et si les intérêts sont les mêmes, c'est plutôt tant mieux pour le consommateur.

PROPOS RECUEILLIS PAR EW



1 Le commerçant vend un article de 100 fr. 2 Le client paie par carte: c'est la banque qui encaisse. 3 La banque verse 100 fr. à l'intermédiaire. 4 L'intermédiaire verse 100 fr. au commerçant. 5 Le commerçant ristourne une commission (env. 3 fr.). 6 L'intermédiaire ristourne une taxe (env. 1,70 fr.)

TOUT COMPTE FAIT

REPÈRES

Crédit et paiement

> American Express est la plus ancienne, la plus connue, et celle dont les titulaires sont réputés dépenser le plus. Mais c'est plutôt une carte de paiement, le crédit ne durant que jusqu'à réception de la facture. American Express propose parallèlement (émet aussi par Swisscard) la Blue card. Une «vraie» carte de crédit, qui permet des paiements échelonnés. La Blue card donne accès à des rabais dans certains commerces, sur des remonte-pentes, et en ligne. EW

campus (jusqu'à 30 ans) donnent droit à une carte de crédit gratuite. En revanche, la carte Visa Reload, distribuée par Cornerbank sans être assortie d'un compte, et destinée aux jeunes jusqu'à 26 ans pour une cotisation de 25 francs par an, est à prépaiement et le dépassement du solde y est exclu. D'autres rabais de la cotisation annuelle sont prévus par de nombreux prestataires à partir d'un certain montant dépensé. Les avantages sont souvent liés à un usage ciblé de la carte comme les points en miles. Swisscard a un accord «miles and more» de ce type avec Swiss.

C'est à l'émetteur de procéder à l'examen de solvabilité du demandeur de carte et de fixer sa limite de dépense. Mais il semble que cette exigence ne soit pas toujours stricte (voir ci-contre 3 questions à).

Dernier chic: si on ne veut pas une carte dévoilant ses passions (football, WWF, Alinghi) ou avouant qu'on est près de ses sous (les futures cartes Migros et Coop) ou même dévoilant le nom de sa banque, on peut obtenir (en tout cas à l'UBS et chez Swisscard) une carte neutre, c'est-à-dire sans logo de banque. I