

Nous avons soigneusement pesé les arguments en faveur et contre ce mode de paiement et comme on nous a déclaré qu'il pourrait fort bien ne pas survivre si la loi exigeait que les frais de service soient révélés au consommateur sous la forme d'un taux annuel, il est peut-être grand temps que nous déterminions si les avantages l'emportent sur les inconvénients ou si le contraire se produit.

Les représentants du Conseil des détaillants du Canada prétendent que cette façon de vendre constitue un service à leur clientèle; ils ne sont pas intéressés à en tirer profit mais simplement à s'en servir pour activer les affaires et «pour diminuer les besoins en personnel en ce qui a trait au service de crédit». Les principaux arguments en faveur de ce mode de paiement, avancés par les hommes d'affaires qui mettent en pratique ce régime de crédit ou qui aident à le financer, sont les suivants: (1) le fait que le régime de crédit automatiquement renouvelable ait pris tant d'expansion, est preuve en lui-même qu'il répond au désirs du client; (2) il est organisé de façon à réduire au minimum les frais d'administration; (3) il aiguillonne les ventes, augmentant ainsi de façon marquée le chiffre d'affaires de la maison ce qui a pour résultat d'aider l'économie; (4) «cette façon traditionnelle» de vendre à crédit ne devrait pas être traitée à la légère «excepté au cas où cela serait absolument nécessaire pour protéger le public contre les abus et les taux d'intérêt malhonnêtes.» (5) que «Une législation nécessitant l'expression de taux annuels d'intérêt simple pour tous genres de comptes de crédit forcerait les détaillants à abandonner les comptes de genre cyclique et aurait sans doute de graves répercussions sur l'économie de la nation.»

Il semble évident que le système de compte renouvelable qui donne possession au client des articles sans discussion et aussi sans publicité du coût des services de crédit ne peut à ce moment être préjudiciable. Qu'il attende ou non le jour de paye s'il comprend qu'il paie au moins 18 p. 100 par an, et probablement un taux bien plus élevé, pour avoir droit d'acheter à crédit est autre chose. Un porte-parole du Conseil canadien des détaillants nous a dit que «le détaillant contrôle parfaitement le montant emprunté et le genre d'opération du compte par le client». Le mémoire du Conseil employait ces termes «... le solde autorisé est contrôlé par le jugement de la personne qui donne l'autorisation». Le client apprend tous les détails de son engagement non pas lorsqu'il prend possession des articles, mais à une date ultérieure non spécifiée, lorsqu'il reçoit la facture du département des comptes. Il semble bien que c'est un jeu où toutes les cartes se trouvent dans les mains du même joueur.

Nous savons que l'économie en frais administratifs provient de la meilleure utilisation possible du personnel en répartissant le travail relatif aux comptes sur tout le mois. Ce qui revient à dire qu'on envoie la facture au client, non pas à la fin de chaque mois, mais selon le système de dossiers de la compagnie, généralement le système alphabétique des noms et des adresses des clients. C'est peut-être fort commode pour la compagnie, pourtant, dans le cas du client, il s'ensuit que s'il achète peu de temps après qu'on se soit occupé de son compte, les frais de services et les modifications dans son compte global ne lui parviendront qu'une semaine après.

L'accroissement rapide des comptes de crédit des grands magasins depuis l'institution du plan de comptabilité ouverte semble confirmer l'opinion que le système stimule les ventes, mais on ne sait pas davantage quelle proportion de ces achats auraient été faits de toute façon argent comptant ou dans d'autres magasins de détail. Il y aurait inévitablement une tendance à ce que les clients achètent exclusivement dans les magasins où ils ont des comptes du genre et aussi peut-être à être moins sélectifs. Ces considérations soulèvent des questions sur les répercussions du système sur la position concurrentielle des autres détaillants sur l'ensemble de l'économie.