



COMMUNIQUÉ

**8<sup>e</sup> édition de la campagne «*Dans la marge jusqu'au cou !*»**

## **Achetez maintenant, payez longtemps....**

GRANBY, 16 NOVEMBRE 2011 – L'ACEF Montérégie-est participe à la 8<sup>e</sup> campagne de sensibilisation au crédit et à l'endettement «*Dans la marge jusqu'au cou !* » qui se déroulera du 21 au 25 novembre sur le thème *Achetez maintenant, payez longtemps*. Elle vise à sensibiliser la génération X aux risques d'endettement liés aux habitudes d'achat à crédit.

La campagne est d'autant plus pertinente que le taux d'endettement des ménages atteint aujourd'hui un sommet de 150% de leurs revenus (Institut Vanier de la famille). Cette situation d'endettement affecte surtout les jeunes familles.

«Nous vivons dans une société de consommation qui mène beaucoup de gens vers le surendettement. La pression sociale est particulièrement grande sur la génération X», affirme Roger Lafrance, coordonnateur de l'ACEF Montérégie-est.

Au Québec, plus de 97 000 personnes sont âgées entre 30 et 45 ans (*Financement et investissement*, magazine Web). Ce sont souvent des familles qui font face à des décisions financières importantes telles que l'achat d'une maison, d'une voiture, l'école privée, l'ordinateur, les téléphones intelligents, les meubles... Ces familles sont souvent bombardées de publicités qui leur envoient le message qu'elles n'ont pas à se priver de loisirs, de bons restaurants et de voyages. La tentation du crédit devient alors très forte d'acheter maintenant et de payer plus tard.

Selon un sondage réalisé spécifiquement pour la campagne, une personne sur trois affirme payer ses achats uniquement par carte de crédit ou de débit et ne garde pas d'argent comptant sur elle. Cette façon de faire peut facilement mener à un surendettement excessif.

«Le crédit est devenu un mode de paiement tellement banal qu'il est maintenant socialement acceptable d'être endetté, rappelle M. Lafrance. On n'a rien contre les cartes de crédit, à condition de payer le solde complet à l'échéance. Malheureusement, on peut facilement se laisser tenter par des achats non prévus et perdre de vue la bonne gestion de ses finances personnelles.»

La campagne fait aussi référence à une autre forme d'endettement très populaire : les ventes à tempérament, du style «Achetez maintenant, payez plus tard». Ce type d'endettement peut aussi entraîner une situation de surendettement. Un défaut de paiement peut avoir des conséquences néfastes sur son dossier de crédit.

Les associations de consommateurs font beaucoup d'éducation populaire pour éveiller les consommateurs à la bonne gestion de leurs finances personnelles. Elles permettent aussi aux gens qui vivent de graves problèmes d'endettement de briser l'isolement, de voir plus clair dans leur situation et d'envisager les solutions possibles.

«Nous sommes des organismes neutres qui n'ont rien à vendre, souligne Roger Lafrance. Nous voyons de plus en plus d'entreprises offrir aux consommateurs des solutions miracle pour régler leur situation ou refaire leur cote de crédit. Or, ce qu'on voit, c'est que ces entreprises offrent plutôt du nouveau financement ou proposent des solutions ultimes comme la proposition de consommateur ou la faillite.»

La campagne «Dans la marge jusqu'au cou!» est coordonnée par la Coalition des associations des consommateurs du Québec (CACQ) en collaboration avec les associations de consommateurs. Cette campagne est réalisée grâce au soutien financier de 50 000\$ de l'Autorité des marchés financiers (AMF) et au soutien administratif et financier de l'Office de la protection du consommateur.

-30-

Renseignements : Roger Lafrance.  
Coordonnateur  
450 375-1443 poste 323  
450 513-1140 (cell.)