

Consumer Credit Finance Charges. Rate Information and Quotation, par WALLACE P. MORS. Un vol., 6¼ po. x 9¼, relié, 133 pages. — NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH, New York, 1965. (\$5.00)

Michel Futin

Volume 44, Number 4, January–March 1969

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1002901ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1002901ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (print)

1710-3991 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Futin, M. (1969). Review of [*Consumer Credit Finance Charges. Rate Information and Quotation*, par WALLACE P. MORS. Un vol., 6¼ po. x 9¼, relié, 133 pages. — NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH, New York, 1965. (\$5.00)]. *L'Actualité économique*, 44(4), 777–780. <https://doi.org/10.7202/1002901ar>

réel une définition nouvelle et personnelle. *Essai d'économie urbaine* apparaît, au contraire, comme une analyse précise, systématique, ordonnée et bien conduite de la pensée des autres. Tout ceci est évidemment présenté dans le style le plus traditionnel des facultés de droit françaises avec les avantages et inconvénients que ce style présente et sur lesquels il n'est pas besoin d'insister. Traditionnel est également le souci de replacer les problèmes urbains dans leur optique historique en résumant en particulier les apports de Cantillon, Condillac, Von Thünen, Weber, etc. Tout cela est fort bien. Mais ne perd-on pas trop de temps à décrire la pensée des autres et les conceptions du passé? L'important n'est-il pas de choisir pour l'utilisateur les conceptions les plus pratiques et les plus opérationnelles sans se perdre dans les méandres de « l'art pour l'art »? Entre les scrupules excessifs de M. F. Guyot et la désinvolture de M. J. Rémy, il doit bien y avoir un juste milieu malaisé à définir, mais d'autant plus désirable.

Ces réflexions générales présentées, insistons sur tout ce que le livre apporte à ceux qui s'intéressent à l'économie régionale et urbaine. Une première partie (économie du phénomène urbain) envisage les définitions des villes, des systèmes urbains, les fonctions économiques des villes, la croissance urbaine. La deuxième partie est consacrée à l'économie interne de la ville et l'auteur y montre comment, à partir de certaines dimensions, les problèmes d'organisation se posent à la ville comme ils se posent à l'entreprise avec une différence fondamentale de complexité. Une bonne partie de l'ouvrage analyse l'économie de l'espace urbain et permet de prendre contact avec la politique actuelle en matière de sol (rénovation urbaine et municipalisation des sols). Ce qui nous paraît, en définitive, manquer le plus dans ce fort intéressant *Essai*, est une dernière partie portant sur les problèmes de l'action et la programmation urbaine. L'économiste perd sa justification si sa recherche ne débute pas sur l'aménagement du monde et M. F. Guyot s'arrête à l'endroit où il allait pouvoir apporter des éléments utiles. Nous aurions vu, quant à nous, un exposé dans l'esprit de W. Isard (*Methods of Regional Analysis*) mais adapté aux villes et actualisé, car le livre de Isard date. On nous dira peut-être que cela n'aurait pas été trop original mais il faut prendre ses responsabilités lorsque le but est d'écrire un « essai d'économie urbaine »...

En définitive, en dépit de ses lacunes, le livre de M. F. Guyot est un de ceux qu'il faut conserver à la portée de la main pour l'enseignement et la recherche. Peut-on en faire un meilleur éloge? R. Jouandet-Bernadat

Consumer Credit Finance Charges, Rate Information and Quotation, par WALLACE P. MORS. Un vol., 6¼ po. x 9¼, relié, 133 pages. — NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH, New York, 1965. (\$5.00).

Le consommateur qui fait une demande d'emprunt se trouve généralement confronté à un taux calculé de façon différente selon l'organisme auquel il

a recours ; à l'intérêt proprement dit, doivent souvent s'ajouter des frais fixes. Il est donc difficile pour le consommateur de se faire une idée précise du coût du crédit sollicité. Un économiste américain, P. Mors, s'est penché sur ce problème ; l'ouvrage décrit les méthodes utilisées aux États-Unis par les intermédiaires financiers et les vendeurs pour déterminer le coût du crédit ; un grand nombre de procédés peuvent être utilisés pour diminuer aux yeux du public le taux d'intérêt réel exigé. L'étude de P. Mors n'est pas le résultat d'une enquête particulière, mais plutôt une synthèse d'enquêtes publiées sur cette question au cours des dix dernières années. L'ouvrage contient une partie technique dans laquelle l'auteur explique les divers procédés pour passer d'un taux d'intérêt apparent (*add-on rate — discount rate, per cent — per month rate...*) au taux réel calculé sur le solde impayé. À ce titre, ce livre devrait être particulièrement utile à tous ceux qui se préoccupent de renseigner les familles sur les charges financières auxquelles elles doivent faire face.

Cependant, cet ouvrage ne se limite pas à un contenu technique et il est intéressant de reprendre deux points particulièrement importants sur le plan économique ; l'influence du taux de l'intérêt sur la demande de crédit et la connaissance du coût du crédit par les consommateurs. À partir de cette étude, il est possible de trancher un débat entre deux modèles : le modèle des paiements (*payment model*) et le modèle du coût marginal d'emprunt (*marginal borrowing cost model*).

Le modèle des paiements établit que la demande de crédit est principalement une fonction du montant mensuel à rembourser ; une augmentation du coût du crédit n'exerce qu'une faible influence sur la demande d'emprunts, le montant mensuel à rembourser étant faiblement affecté par cette hausse. C'est ainsi que le passage d'un taux d'intérêt réel de 18 à 22% (augmentation du quart) sur un prêt de 300 dollars remboursable en 12 mois fait passer le montant mensuel à payer de 27.50 à 28.00 dollars, soit une augmentation de moins de 2 p.c.

Le modèle du coût marginal d'emprunt a été établi sur l'hypothèse suivante : la demande de crédit par un consommateur est fonction du taux de rendement de ses propres actifs et de son coût marginal d'emprunt. Pour les études empiriques, les consommateurs sont classés en deux catégories : les consommateurs « limités » et « non limités ». Les consommateurs « non limités » ou « libres » disposent d'un montant important en actifs liquides (au moins 2,000 dollars) et peuvent faire des emprunts additionnels auprès des meilleures institutions financières, à un coût sensiblement identique à celui de leurs emprunts en cours. Par contre, les consommateurs « limités » par de faibles garanties financières doivent recourir à des sources de crédit de second ordre et doivent affronter un coût plus élevé pour leurs demandes d'emprunts additionnels. Dans le cadre de ce modèle, une hausse du taux de l'intérêt aura une influence différente selon qu'elle affecte les banques ou les compagnies de finance : en particulier, une augmentation du taux de l'intérêt accompagnée d'une augmentation de la durée de remboursement ou d'une baisse

du paiement initial exigé (*down payment*), se traduira par une baisse des emprunts des consommateurs aisés et par une augmentation des demandes d'emprunts de la part des consommateurs « limités ».

Les enquêtes effectuées par ce groupe d'auteurs ont permis de faire les constatations suivantes :

1) lorsque la somme à rembourser mensuellement reste constante, la demande n'est pas totalement inélastique au taux de l'intérêt. L'élasticité est nulle pour les prêts à court terme et de -0.30 pour les prêts dépassant 2 ans. Le modèle des paiements donne donc une explication incomplète ;

2) la distinction entre consommateurs « limités » et « libres » permet de montrer que les premiers sont fortement affectés par des variations dans le montant mensuel à rembourser. Les consommateurs « libres » sont plus sensibles au coût du crédit .

En conclusion, le modèle des paiements est donc valable pour les consommateurs « limités », alors que le comportement du consommateur libre est fortement influencé par le rendement de ses actifs et par le coût marginal d'emprunt. Pour déterminer l'effet d'une hausse du coût du crédit, il faut donc connaître la répartition entre consommateurs « limités » et « libres ». Par suite de l'augmentation constante des revenus individuels et d'une position moins conservatrice des autorités bancaires, on assiste à une augmentation continuelle de la proportion des consommateurs « libres » et cette tendance devrait se poursuivre dans l'avenir.

Par ailleurs, l'auteur souligne le fait suivant : « les réactions aux différences de taux étaient fortes lorsque le taux d'intérêt réel était spécifié. Par contre, une charge financière évaluée en dollars ou un taux d'intérêt apparent (*add-on rate*) n'entraînait que des réactions faibles ». Ceci souligne l'importance de l'information pour les consommateurs.

Dans la seconde partie de son ouvrage, P. Mors fait la synthèse de quatre enquêtes effectuées entre 1954 et 1964 dans diverses régions des États-Unis, auprès de consommateurs ayant obtenu des prêts. Ces enquêtes visaient à répondre à la question suivante : les consommateurs connaissent-ils le coût du crédit ?

Les résultats peuvent être résumés de la façon suivante :

1. L'écart entre le taux d'intérêt estimé par le consommateur et le taux d'intérêt réel est très important. C'est ainsi qu'un intérêt réel de 12% est perçu comme un intérêt de 5 à 6% par an. En fait, cette estimation est encore très inférieure au taux obtenu en rapportant la charge financière annuelle au montant global du prêt (*add-on rate* : dans ce cas 7.5%).
2. Le degré d'information augmente avec le montant du prêt : lorsque le prêt est inférieur à 500 dollars, 90 p.c. des personnes sont incapables de citer un taux d'intérêt exact (*add-on rate* ou taux d'intérêt réel). Ce pourcentage s'élève à 70 p.c. lorsque le prêt est supérieur à 2,000 dollars.

3. Les personnes les moins bien informées sont généralement celles qui paient les montants d'intérêt les plus élevés. De plus, les personnes disposant d'informations exactes se retrouvent pour la plus grande part dans le groupe des consommateurs « libres » ou non limités dans leur capacité d'emprunt.

Les résultats des quatre enquêtes sont donc sensiblement les mêmes : ils confirment l'affirmation fréquente d'après laquelle les consommateurs n'ont qu'une faible connaissance du coût du crédit, quel que soit le type de cotation du taux d'intérêt. Une enquête effectuée au Canada sur le même sujet ne devrait pas aboutir à des résultats très différents. Ceci confirme la nécessité d'une action de grande envergure pour informer les consommateurs dans ce domaine en utilisant les intermédiaires accessibles au grand public (télévision, radio, journaux, revues). Citons, à ce sujet, l'initiative de l'Association coopérative d'Économie familiale fondée au Québec en mars 1968, qui offre des services de consultation budgétaire et d'éducation pour aider les familles aux prises avec des problèmes d'emprunts.

Michel Futin

Ponencias del VII coloquio de la asociacion de ciencia regional de lengua francesa, par le SERVICIO DE ESTUDIOS EN BARCELONA DEL BANCO URQUIJO. Un vol., 6½ po. x 9½, broché, 313 pages. — Espagne, 1968.

Le titre est assez étrange relativement à un colloque de l'Association de Science régionale de langue française... En fait, le livre comprend des rapports rédigés en français et en espagnol par des auteurs français, espagnols, italiens.

a) Le colloque est ouvert par un exposé clair et synthétique de MM. Rosenfeld et Bernard sur « l'orientation de l'industrialisation d'une région ».

b) Le Service d'études de la banque Urquijo a présenté une étude de la croissance régionale espagnole utilisant la méthode de Dunn. Sans doute, les conclusions auraient-elles gagné à être synthétisées et de nombreux tableaux et graphiques à être supprimés.

c) Gispert LLavet envisage les relations entre la localisation industrielle et la redistribution de la population.

d) Nino Novaco montre comment la théorie des pôles s'applique dans le cadre de la politique actuellement menée dans le Mezzogiorno et se traduit par la promotion d'une zone de croissance dans les Pouilles.

e) Le rapport de Vilá Valentí étudie la position présente du géographe au regard des problèmes d'analyse régionale.

f) A. Santillana utilise le concept de potentiel démographique pour étudier la croissance régionale espagnole de 1900 à 1960.

g) M. Penouil s'attache à l'étude des relations entre planification régionale et industrialisation.