

YOU CAN'T BEAT A GOOD THING: THE CAPITAL ONE ASPIRE TRAVEL WORLD MASTERCARD STAYS ON TOP FOR ITS FIFTH YEAR

Rewards Canada names Aspire Travel World MasterCard top travel card with an annual fee in rewards card ranking

Toronto, ON (March 26, 2014) – For the fifth year in a row, Capital One's Aspire Travel World MasterCard takes the top spot in Rewards Canada's annual rewards card ranking, which was released today.

RewardsCanada.ca is a leading online resource for news and information about travel reward cards and loyalty programs. Its popular annual rewards ranking provides Canadian consumers with information and expert advice on the best travel rewards card to suit their needs.

"As a frequent traveller, I am always on the lookout for a travel rewards card that will help me earn miles faster and allow me to redeem those miles without limited availability and blackout periods," said Steven Ishiwara, Owner/Blogger for [GuysWhoTravel.com](#) and an Aspire Travel World MasterCard customer. "Through word-of-mouth from other frequent travellers and good friends, I learned about Aspire and its 35,000 first purchase bonus, double miles on all purchases and the 10,000 anniversary bonus every year. Right away I knew this card would save me money, and with summer around the corner, I can't wait to use my miles on future travel. I'm extremely happy that I made the switch to the Aspire Card."

The Aspire Travel World MasterCard is consistently ranked number one by RewardsCanada.ca because it offers cardholders double miles on all net purchases, premium benefits, including Travel Emergency Medical insurance, and an easy-to-use redemption program that lets them redeem reward miles for any type of travel.

The Aspire Travel World MasterCard's features include:

Earn 2 reward miles for every \$1 spent – on everything you buy

Get 35,000 bonus miles when you make your first purchase and 10,000 anniversary bonus miles every year

Rewards don't expire; no limit on how many miles you can accumulate; no special spending categories; no separate rewards enrolment requirements

Fly on any airline, any time, with no blackout dates

Redeem for any travel purchase (airfare, hotel room, rental car, etc.)

Premium benefits, including Travel Emergency Medical, Trip Cancellation and Price Protection insurances

"To be ranked the number one travel rewards card with an annual fee for the fifth year in a row by Rewards Canada is a testament to the value this card offers Canadian consumers," said Brent Reynolds, VP, Marketing and Analytics, Capital One Canada. "During a year of significant change in the travel rewards card landscape, the Aspire Travel World MasterCard remains ahead of the pack because we provide our customers with the service and hassle-free benefits they are looking for."

About Capital One

With offices in Toronto and Montreal, Capital One has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard credit cards since 1996, and now includes the Aspire suite of rewards cards which are regularly cited by leading rewards experts for the great value they offer consumers. Capital One Canada is a division of Capital One Bank, a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF).

-30-

Media Contact

Andrew Clarke, Manager, Corporate Communications

Capital One Canada

416-549-2930

andrew.clarke@capitalone.com



WHITE PAPER – BABY BOOMERS AND MONEY

Evolving trends regarding consumer attitudes and behaviours, personal finances, saving and credit generate a growing amount of interest among our society’s leaders and the general population.

This White Paper aims to contribute to the discussion in an original fashion. It is original in two respects. Firstly, the analysis is circumscribed to baby boomers, a generation sometimes neglected by consumer trends analysts despite its still formidable demographic heft. Moreover, looking at baby boomers gives us insights into the attitudes of the largest age cohort with one foot in the workplace and the other in the world of retirement, and for which retirement planning is no longer an abstract notion, but a reality that must continually be cultivated.

Within this White Paper we examined the values that influence behaviours because they reflect a way of seeing and thinking at a given time in a given environment.

Various types of attitudes are formed around these values. Whereas values are very stable over the course of one’s adult life, the resulting attitudes will vary according to the particulars of a situation and will generally evolve progressively as a generation goes through the transitions in life. Not even baby boomers can escape that. Our inquiry allowed us to track those changing attitudes over time and to compare those of baby boomers with those of the cohorts that came before and after them. Those changing attitudes in turn drive the evolution of behaviour, which we have analyzed in this White Paper regarding both consumption and the drivers behind it (section 1), and credit and personal finance (section 2).

[Download the White Paper “Baby Boomers and Money” \(2 mb PDF\)](#)

Requires the latest version of [Adobe Reader®](#)

About Capital One

With offices in Toronto and Montreal, Capital One has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard credit cards since 1996, and now includes the Aspire suite of rewards cards which are regularly cited by leading rewards experts for the great value they offer consumers. Capital One Canada is a division of Capital One Bank, a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF).

-30-

Media Contact

Laurel Ostfield
Capital One
416-549-2753
laurel.ostfield@capitalone.com



MAJORITY OF BABY BOOMERS IN QUEBEC MAY BE HAVING BUYERS' REMORSE

As Quebec residents race towards retirement, study reveals a financial trend towards de-consumption among the boomer generation

Montreal, QC (May 13, 2014) – The financial priorities for Quebec's baby boomers are changing and it's influencing their consumption habits, according to the first white paper – [Baby Boomers and Money](#) - conducted by Capital One Canada in collaboration with CROP, tax expert Luc Godbout and political scientist Jean-Herman Guay. The study reveals this unique population is now torn between the materialism they used to embrace and a newer commitment to consume less. These results are magnified in Quebec, which will soon become one of the oldest societies in the developed world due to the size of its baby boomer population.

Torn between materialism and de-consumption

Quebec's baby boomers are struggling between a motivation to maintain their long-time spending habits and a dwindling desire to make purchases purely for pleasure. Among the cohort surveyed, more than half (54%) of baby boomers say that consumption remains an important symbol that gives meaning to their life. However, today 71% declare that they feel less like buying than before. Ten years ago, the proportion of this cohort that made such a claim was 53%, which shows a trend towards de-consumption.

Progressive retirement

Among the baby boomers who participated in the study, 41% are retired while 51% remain active in the workforce. In the case of the latter, 59% estimate they will need an additional income during their retirement years. Meanwhile, non-retired baby boomers are expecting to work part-time at a rate 50% higher than baby boomers who have already retired.

Baby boomers are concerned about their financial situation

As they reach an important turning point in their life, having already retired or on the cusp of doing so, 56% of Quebec baby boomers are worried they won't have enough money in the future. The white paper reveals several differences in the financial situations between retired and non-retired baby boomers. While half of retired Quebec baby boomers are concerned about their financial future, this proportion jumped to 64% for non-retired boomers. This concern for the future appears to be fuelled by managing personal finances on a daily basis, as 47% of non-retired baby boomers say they have difficulty making ends meet compared to 19% of those who are retired.

Use of credit cards

Interesting data revealed that more than double the number of Quebec baby boomers hold credit cards at a low interest rate compared to baby boomers in the rest of Canada (74% versus 30%). Yet, while they've secured cards with better rates, for many, managing their credit appears to be more challenging. Data from Capital One shows that a lower percentage of baby boomers still active in the workforce say they pay the full balance on their credit card every month, when compared to retired baby boomers (57% versus 78%).

"Our study reveals that many baby boomers struggle to make ends meet and have a difficult time controlling their personal finances. This is all the more common for baby boomers who are still in the workforce," said Pascal Bricault, Director at Capital One Canada. "For this group in particular, they should develop a sensible plan that leverages the right financial tools. And they shouldn't be afraid to seek expert advice when they need it."

Recommendations

In light of the data gathered in this white paper, it seems imperative to us that baby boomers who are still in the workforce need to invest time and effort to take control of their personal finances. The first step towards achieving this is to begin developing a sound financial plan. We therefore recommend four initiatives:

- Develop a financial plan and create a budget you can stick to
- Commit to paying the full balance on your credit card each month
- Set goals and reward yourself when you meet them, to help you stay on track
- Get help from a financial or credit expert

The option of remaining in the workforce for a longer period should be considered when planning for the future. There are a number of factors that can impact an individual's retirement income, and they can be confusing at times. Rather than navigate these waters alone, baby boomers who are not knowledgeable about money matters should seek help from a specialist.

For access to the full white paper – [Baby Boomers and Money](#) – please visit www.capitalone.ca.

Methodology

The data featured in this document is pulled from a survey of personal finance issues conducted with Quebecers aged 50 to 67 years old, undertaken specifically for this white paper, and from CROP's own Panorama social survey, as well as relevant insights from Capital One Canada.



About Capital One

With offices in Toronto and Montreal, Capital One has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard credit cards since 1996, including the Aspire suite of rewards cards – regularly cited by leading rewards experts for the great value they offer consumers. Capital One Canada is a division of Capital One Bank, a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF). Capital One believes in empowering Canadians to take control of their finances through programs and resources like Understanding-Credit.ca, Credit Education Week Canada and the Capital One Financial Education Challenge.

About Luc Godbout

Luc Godbout is the Director of Fiscal Studies at the University of Sherbrooke and a fellow on the Tax and Public Finance Research Chair. He has been acclaimed for *Le Québec économique* annual series, his novel *Le Québec, un paradis des familles* and many conferences dealing with fiscal and economic policy.

About Jean-Herman Guay

Jean-Herman Guay is Professor of Applied Politics at the University of Sherbrooke. He specializes in public opinion, particularly the behaviour of various age cohorts in Quebec. In 1997 he published a book on the matter titled *Avant, pendant et après le Boom*.

-30-

Media Contact

Laurel Ostfield
Capital One Canada
Email: laurel.ostfield@capitalone.com
Phone: 416-549-2753



CAPITAL ONE CANADA ANNOUNCES NEW RELATIONSHIP WITH COSTCO

New agreement to make Capital One the exclusive issuer of the Costco co-brand credit card in Canada

Toronto, ON (October 1, 2014) – [Capital One Financial Corporation \(NYSE: COF\)](#) announced today that its Canadian branch will now be the exclusive credit card issuer for [Costco Wholesale Canada Ltd.](#) This new relationship reinforces Capital One's commitment to building its retail co-brand credit card business.

All new and existing Costco members will have an opportunity to apply for the new [Capital One Platinum MasterCard](#), which is exclusive to Costco members.

This new, no-annual-fee credit card, which doubles as a Costco membership card, lets cardholders earn cash rewards on all purchases made inside and outside of Costco. There's no limit to the amount cash back cardholders can earn, and as an added extra bonus, cardholders can earn double cash back for the first three months. Rewards can be redeemed for quality, brand -name merchandise or for cash at Costco.

"We have always believed that success comes from working with outstanding companies that share our motivation to deliver great value, loyalty and an exceptional customer experience," said Shane Holdaway, President of Capital One Canada. "Our relationship with Costco and the new Capital One Platinum MasterCard represent that philosophy perfectly and aligns with our vision to continue growing our credit card portfolio in Canada."

The new [Capital One Platinum MasterCard](#) will enable cardholders to earn cash back virtually everywhere, including Costco Wholesale locations across Canada. The rewards and benefits of the new card include:

Doubles as your Costco membership card

Cash Back Earned:

3% on restaurant purchases

2% on gas purchases

0.5% on the first \$3,000 you spend annually on all other purchases, and 1% after that, and there's no limit on how much you can earn

Plus, double cash back for first three months on up to \$1500 in combined purchases at restaurants and gas stations and up to \$8500 on all other purchases

No annual fee

Annual Interest Rate: 19.75%

Platinum MasterCard Benefits

Travel Accident Insurance

Baggage Delay Insurance

Car Rental Collision / Loss Damage Waiver

Travel Assistance

Purchase Insurance, Price Protection and Extended Warranty

Zero Liability for unauthorized use of your card

MasterCard Global Services

"MasterCard's credit card footprint is unmatched in Canada and this relationship means Costco members will be able to use any MasterCard in their wallet at the checkout counter. This is a huge opportunity for MasterCard and Costco to increase membership, offer more value, better benefits and increased savings for cardholders and members," said Betty K. DeVita, President, [MasterCard Canada](#).

This new relationship with Costco marks Capital One's fourth co-brand credit card in Canada, which includes: Hudson's Bay Company (HBC), IHG (InterContinental Hotels Group) and Delta Air Lines.

About Capital One

With offices in Toronto and Montreal, Capital One has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard credit cards since 1996, and now includes the Aspire suite of rewards cards which are regularly cited by leading rewards experts for the great value they offer consumers. Capital One Bank (Canada Branch) is an authorized foreign bank branch of Capital One Bank (USA), N.A., a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF).

-30-

Media Contact

Andrew Clarke, Manager, Corporate Communications

Capital One Canada

416-549-2930

andrew.clarke@capitalone.com



THREE QUARTERS OF CANADIANS EXPECT TO BOUNCE BACK IN FAILURE TO LAUNCH SITUATIONS

New study in support of Credit Education Week reveals while many struggle emotionally when they don't reach their financial goals, they expect to fully recover in the long run

Toronto, ON (October 30, 2014) – According to a new survey on personal finance, many young Canadians face delays and admit to taking an occasional wrong turn as they try to get their finances in order and reach their financial goals. But they are determined; 75% take ownership for their mistakes and believe that they will fully recover from their financial setbacks. The research, commissioned by [Credit Canada Debt Solutions](#) in partnership with [Capital One Canada](#), was carried out in anticipation of the eighth annual [Credit Education Week](#), which runs from November 10-14 across the country.

Canadian Millennials have reached the age when it is time to gain financial autonomy and independence, but it doesn't always come easy. The biggest obstacles they face trying to meet their financial goals are: Lack of Earning Power (35%), Unemployment (31%) and Lack of Budgeting, Planning and Saving (28%).

The rise of social media is playing a key role in this trend, sometimes referred to as "Failure to Launch," with nearly one third (28%) of Canadians under 30 claiming pressures from seeing their friends' lives on Facebook directly impact their ability to reach their financial goals. With over half of Canadians (51%) afraid someone will find out about the challenges they are having, pressures to appear successful in social channels can serve as a real concern. Add on the fact that three quarters blame themselves for their setback and many face significant emotional impact leading to 31% feeling like a loser, 30% feeling depressed and 23% being embarrassed.

"We understand that this trend is not only prevalent, but it can be emotionally taxing for many young Canadians trying to achieve financial success," said Laurie Campbell, CEO of Credit Canada Debt Solutions. "It's our mission to work with Canadians to provide the tools necessary to take control of their finances."

There's no denying that the financial challenges young people face are cause for concern, however there is hope. Of those who've had challenges meeting their financial expectations, 60% cited having assistance, including a partner, online budgeting tools and financial or investment supports in place will help them launch in the future.

"These recent data reflect a large gap in credit and financial awareness among a key demographic here in Canada," says Shane Holdaway, President of Capital One Canada. "At the same time, it is heartening to see that the right tools and support can have a positive impact on Canadians looking to succeed with credit."

While the trend doesn't discriminate between men and women, personal perspective and geography prove we're not all equal. While men and women are virtually equal when it comes to experiencing a Failure to Launch, women are 67% more likely than men to blame their partner for financial troubles due to a lack of money sharing. Where you live can also be a major factor: Residents from the West cited the largest money shortfall (\$79k) causing their failure to launch compared to \$31K, \$31K and \$40k for Ontario, Quebec, and the East respectively. Those on Canada's East Coast are much less likely to experience challenges moving out (4%) than elsewhere in the country (10% in Quebec, 9% in Western Canada and 6% in Ontario).

[Credit Canada Debt Solutions](#) and [Capital One Canada](#) offer the following tips to help Canadians succeed financially:

Develop a detailed plan that outlines your financial goals, ensure that you look at short, medium and long term objectives

Find a mentor or life coach to work with you to help you achieve real change

Share your goals with others for affirmation and support

Be realistic about your expectations

Create a journal to track your progress

Reward yourself for taking small steps for big change

This year's [Credit Education Week](#) is focused on the 'Failure to Launch', with a number of events, from workshops to contests, across the country aimed at addressing the failure of many Canadians to make responsible financial decisions. Visit www.cewc.ca to learn more.

About the Survey

In August 2014, an online survey was completed by Credit Canada Debt Solutions among 800 Canadians aged 18-65. The statistical significance for the survey is +/- 3.5%, 19 times out of 20. The results have been statistically weighted according to age, gender and region.

About Credit Canada Debt Solutions

[Credit Canada Debt Solutions](#) is a non-profit charitable service that has assisted thousands of people with credit counselling and debt management programs since 1966. [Credit Canada Debt Solutions](#) is a member of the Ontario Association of Credit Counselling



Services and a Charter Member of Canadian Association of Credit Counselling Services.

About Capital One

With offices in Toronto and Montreal, [Capital One](#) has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard credit cards since 1996, and now includes the Aspire suite of rewards cards which are regularly cited by leading rewards experts for the great value they offer consumers. Capital One Bank (Canada Branch) is an authorized foreign bank branch of Capital One Bank (USA), N.A, a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF). Capital One believes in empowering Canadians to take control of their finances through programs and resources like [Understanding-Credit.ca](#), [Credit Education Week](#) Canada, and the [Capital One Financial Education Challenge](#).

-30-

Media Contacts

Laurie Campbell, Chief Executive Officer
Credit Canada Debt Solutions
416-228-2526
lcampbell@creditcanada.com

Andrew Clarke, Manager, Corporate Communications
Capital One Canada
416-549-2930
andrew.clarke@capitalone.com



TOUJOURS EN TÊTE : LA CARTE VOYAGESPLUS WORL MASTERCARD DE CAPITAL ONE À LA PREMIÈRE PLACE POUR LA CINQUIÈME ANNÉE

Selon Rewards Canada, VoyagesPlus World MasterCard est la première carte voyages avec des frais annuels dans son classement des cartes de récompenses

Toronto, ON (26 mars 2014) – Pour la cinquième année d'affilée, la carte VoyagesPlus World MasterCard de Capital One obtient la première place dans le classement des cartes de récompenses de Rewards Canada qui a été publié aujourd'hui.

RewardsCanada.ca est la plus importante ressource en ligne en ce qui a trait aux nouvelles et aux renseignements sur les cartes de récompenses voyages et les programmes de fidélisation. Son classement annuel des récompenses offre aux consommateurs canadiens des renseignements et des conseils d'experts sur la carte de récompenses de voyages qui satisfait le mieux à leurs besoins.

« Comme je voyage fréquemment, je suis toujours à la recherche d'une carte de récompenses voyages qui me permettrait d'accumuler des miles plus rapidement et de les échanger sans limites d'admissibilité ni de périodes d'interdiction », a dit Steven Ishiwara, propriétaire/blogueur de GuysWhoTravel.com et titulaire d'une carte VoyagesPlus World MasterCard. D'autres voyageurs et bons amis m'ont informé sur VoyagesPlus et sa prime de 35 000 lors du premier achat, le double des miles avec tous les achats et la prime à l'anniversaire d'ouverture du compte de 10 000 chaque année. J'ai tout de suite compris que cette carte me ferait économiser de l'argent et, l'été étant presque arrivé, j'ai hâte d'utiliser mes miles lors d'un voyage à venir. Je suis vraiment très heureux d'avoir opté pour la carte VoyagesPlus. »

La carte VoyagesPlus World MasterCard est constamment classée numéro un par RewardsCanada.ca parce qu'elle offre à ses titulaires deux fois plus de miles pour tous les achats nets, des avantages haut de gamme tels que l'assurance urgence médicale en voyage, et un programme d'échange facile à utiliser qui permet d'échanger des miles de récompenses pour tout type de voyage.

La carte de crédit VoyagesPlus World MasterCard offre notamment les avantages suivants :

Accumulez 2 miles de récompenses pour chaque dollar dépensé – sur tous vos achats.

Obtenez 35 000 miles en prime lors de votre premier achat et 10 000 miles en prime à l'anniversaire d'ouverture du compte.

Les récompenses n'expirent pas, il n'y a aucune limite au nombre de miles que vous pouvez accumuler, aucune catégorie d'achats particulière ni aucune obligation distincte pour s'inscrire à au programme de récompenses.

Voyagez avec n'importe quelle compagnie aérienne, sans restrictions de date.

Échangez vos miles contre tout type d'achat lié au voyage (avion, chambre d'hôtel, location de véhicules, etc.).

Profitez des avantages haut de gamme tels que l'assurance urgence médicale en voyage, l'assurance annulation de voyage et l'assurance protection de prix.

« Être classée au premier rang des cartes de récompenses voyages à frais annuels pour la cinquième année d'affilée par Rewards Canada est une preuve de la valeur que cette carte offre aux consommateurs canadiens », a dit Brent Reynolds, vice-président, marketing et analyse, Capital One Canada. « La carte VoyagesPlus World MasterCard est toujours en tête du peloton malgré une année de changements importants dans le domaine des cartes de récompenses parce que nous offrons à nos clients le service et les avantages qu'ils désirent, sans tracas. »

À propos de Capital One

Pourvue de bureaux à Toronto et à Montréal, Capital One offre aux consommateurs canadiens une gamme de cartes de crédit MasterCard concurrentielles depuis 1996, qui comprend maintenant la série de cartes récompenses Plus, régulièrement citées par les principaux experts en programme de récompenses parce qu'elles offrent une grande valeur aux consommateurs. Capital One Canada est une division de Capital One Bank, filiale de Capital One Financial Corporation, dont le siège est situé à McLean en Virginie (NYSE : COF).

-30-

Personne-ressource pour les médias

Andrew Clarke, gérant, communications d'entreprise

Capital One Canada

416-549-2930

andrew.clarke@capitalone.com



LIVRE BLANC – LES BABY-BOOMERS ET L'ARGENT

L'évolution des attitudes et des comportements quant à la consommation, aux finances personnelles, à l'épargne et au crédit suscite un intérêt grandissant auprès de la population et des leaders de notre société.

Ce livre blanc se veut une contribution originale à la discussion. En fait, l'analyse s'intéresse plus particulièrement à la génération du baby-boom, ce qui nous donne un aperçu des attitudes de la plus grande cohorte qui inclut à la fois des personnes à la retraite et d'autres qui travaillent encore, et pour laquelle la planification de la retraite cesse d'être un exercice abstrait.

Aux fins de ce rapport, nous avons examiné les valeurs qui influencent les comportements puisqu'elles reflètent une façon de voir et de penser à une époque donnée, dans un milieu donné.

Ces valeurs sont les repères autour desquels s'organisent diverses structures d'attitude. Alors que les valeurs demeurent relativement stables tout au long de la vie adulte, les attitudes qui en découlent varient en fonction de la situation et se transforment progressivement au fur et à mesure que les personnes d'une génération traversent des étapes de la vie, une réalité à laquelle les baby-boomers n'échappent pas. Notre enquête nous a permis de situer l'évolution des attitudes dans le temps et de comparer celles qui différencient désormais les baby-boomers des cohortes qui les ont précédés et de celles qui les suivent. Elles dictent l'évolution des comportements que nous avons analysés dans ce rapport en ce qui a trait à la consommation et ce qui la motive (section 1), de même qu'en ce qui touche aux finances personnelles et au crédit (section 2).

[Télécharger le livre blanc « Les Baby-boomers et l'argent » \(PDF, 2 Mo\)](#)

Exige la dernière version de [Adobe Reader](#)®

À propos de Capital One

Pourvue de bureaux à Toronto et à Montréal, Capital One offre aux consommateurs canadiens une gamme de cartes de crédit MasterCard concurrentielles depuis 1996, qui comprend maintenant la série de cartes récompenses Plus, régulièrement citées par les principaux experts en programme de récompenses parce qu'elles offrent une grande valeur aux consommateurs. Capital One Canada est une division de Capital One Bank, filiale de Capital One Financial Corporation, dont le siège est situé à McLean en Virginie (NYSE : COF).

-30-

Personne-ressource pour les médias

Laurel Ostfield
Capital One
416-549-2753
laurel.ostfield@capitalone.com



LA MAJORITÉ DES BABY-BOOMERS AU QUÉBEC POURRAIENT ÉPROUVER LE « REMORDS DE L'ACHETEUR »

Alors que les Québécois sont engagés dans une course vers la retraite, une étude révèle une tendance à la déconsommation chez la génération des baby-boomers

Montréal, le 13 mai 2014 – Les priorités financières des baby-boomers du Québec changent, et ce changement a une influence sur leurs habitudes de consommation, selon le tout premier livre blanc – *Les baby-boomer et l'argent* - réalisé par Capital One Canada en collaboration avec CROP, le fiscaliste Luc Godbout ainsi que le politologue Jean-Herman Guay. L'étude a révélé que cette population unique est maintenant tiraillée entre le matérialisme qui l'a souvent caractérisée et un nouvel engagement à moins consommer. Ces résultats sont d'autant plus visibles au Québec, qui deviendra bientôt l'une des plus vieilles sociétés du monde développé en raison de l'importance de sa génération issue du baby-boom.

Tiraillés entre matérialisme et déconsommation

Les baby-boomers québécois sont tiraillés entre la motivation de maintenir leurs habitudes de consommation et le désir de moins en moins fort d'acheter uniquement pour le plaisir. Parmi les répondants de la cohorte sondée, plus de la moitié (54 %) des baby-boomers affirment que la consommation demeure un symbole important pour donner un sens à la vie, alors que 71 % déclarent aujourd'hui avoir moins envie d'acheter qu'avant. Il y a dix ans, cette proportion était de l'ordre de 53 %, ce qui démontre une tendance vers la déconsommation.

Une retraite progressive

Parmi les baby-boomers qui ont participé à l'étude, 41 % sont retraités alors que 51 % sont toujours actifs sur le marché du travail. Ces derniers estiment, dans une proportion de 59 %, qu'ils auront besoin d'un revenu supplémentaire à la retraite. D'ailleurs, les non-retraités prévoient travailler à temps partiel dans une proportion 50 % plus élevée que les baby-boomers actuellement retraités.

Les baby-boomers préoccupés par leur situation financière

Au moment où ils atteignent un tournant décisif de leur vie, ayant déjà pris leur retraite ou étant sur le point de le faire, 56 % des baby-boomers québécois craignent qu'ils puissent un jour manquer d'argent. Le livre blanc révèle plusieurs différences entre la situation financière des baby-boomers retraités et non retraités. Ainsi, alors que la moitié des baby-boomers québécois retraités sont préoccupés par leur avenir financier, cette proportion grimpe à 64 % chez les non-retraités. Cette préoccupation face à l'avenir semble alimentée par la gestion quotidienne des finances personnelles. En effet, 47 % des baby-boomers non retraités affirment avoir de la difficulté à boucler leurs fins de mois comparativement à 19 % chez les retraités.

Utilisation des cartes de crédit

Une donnée intéressante révèle que deux fois plus de baby-boomers québécois se procurent des cartes de crédit à un taux d'intérêt moins élevé que dans le reste du Canada (74 % contre 30 %). Pourtant, bien qu'ils détiennent des cartes sûres avec de meilleurs taux, la gestion du crédit semble poser un défi pour nombre d'entre eux. En effet, des données fournies par Capital One démontrent qu'une proportion plus faible de baby-boomers encore sur le marché du travail affirme acquitter le solde de sa carte de crédit tous les mois (57 % contre 78 %).

Les données de notre étude révèlent que plusieurs baby-boomers peinent à boucler leurs fins de mois et ont de la difficulté à contrôler leurs finances personnelles. Cette situation est encore plus vraie chez les baby-boomers non retraités », déclare Pascal Bricault, directeur chez Capital One Canada. Les membres de ce groupe en particulier devraient élaborer un plan sensé qui tire profit des bons outils financiers. Par ailleurs, ils ne devraient pas avoir peur de demander conseil à un expert lorsqu'ils en ressentent le besoin. »

Recommandations

À la lumière des données recueillies dans ce livre blanc, il nous apparaît impératif que les baby-boomers qui sont encore sur le marché du travail consacrent du temps et des efforts pour reprendre le contrôle de leurs finances personnelles. En ce sens, nous considérons qu'il faut d'abord qu'ils commencent à porter une attention particulière à l'élaboration d'un plan financier solide. Ainsi, nous préconisons quatre initiatives :

Mettre au point un plan financier et créer un budget qu'ils peuvent respecter.

S'engager à rembourser le solde total de leur carte de crédit chaque mois.

Établir des objectifs et se récompenser lorsqu'ils les atteignent pour demeurer sur la bonne voie.

Avoir recours aux services d'un expert en finances ou en crédit.

Lorsqu'ils font leurs plans d'avenir, les gens doivent désormais considérer la perspective d'un séjour prolongé sur le marché du travail. À cet égard, l'ensemble des éléments fiscaux qui influenceront les revenus de retraite des individus peut être déroutant. Plutôt que de se lancer seuls, les baby-boomers qui possèdent peu de connaissances en matière de finances devraient demander l'aide d'un expert.

Pour consulter le livre blanc *Les baby-boomers et l'argent*, veuillez visiter <https://fr.capitalone.ca>.

Méthodologie

Les données présentées dans ce document proviennent d'une enquête sur les finances personnelles réalisée spécifiquement pour cet ouvrage auprès d'un échantillon de Québécois âgés de 50 à 67 ans, ainsi que de données obtenues de l'enquête sociale PANORAMA réalisée par la maison CROP. Enfin, certains renseignements proviennent des bases de données de Capital One Canada.

À propos de Capital One

Pourvue de bureaux situés à Toronto et à Montréal, Capital One offre aux consommateurs canadiens une gamme de cartes de crédit MasterCard concurrentielles depuis 1996, qui comprend maintenant la série de cartes de récompenses Plus, régulièrement citées par les principaux experts en programme de récompenses parce qu'elles offrent une grande valeur aux consommateurs.

Capital One Canada est une division de Capital One Bank, filiale de Capital One Financial Corporation, dont le siège est situé à McLean en Virginie (NYSE : COF). Capital One est d'avis qu'il est possible de doter les Canadiens des moyens nécessaires afin qu'ils arrivent à gérer leurs finances grâce à des programmes et des ressources comme le site lecreditdemystifie.ca, la semaine canadienne de l'éducation sur le crédit et le défi d'éducation financière de Capital One.

À propos de Luc Godbout

Luc Godbout est directeur du département de fiscalité de l'Université de Sherbrooke et chercheur à la Chaire de recherche en fiscalité et finances publiques. On lui doit *Le Québec économique* une série annuelle, le livre *Le Québec, un paradis des familles* et de nombreuses conférences portant sur les politiques économiques et fiscales.

À propos de Jean-Herman Guay

Jean-Herman Guay est professeur à l'École de politique appliquée de l'Université de Sherbrooke. Il se spécialise dans l'étude de l'opinion publique, notamment en ce qui a trait au comportement des différentes générations au Québec. En 1997, il a d'ailleurs publié sur ce sujet un ouvrage intitulé *Avant, pendant et après le Boom*.

-30-

Personne-ressource pour les médias

Laurel Ostfield

Capital One Canada

Courriel : laurel.ostfield@capitalone.com

Téléphone : 416-549-2753



CAPITAL ONE CANADA ANNONCE UNE NOUVELLE ENTENTE AVEC COSTCO

Capital One devient l'émetteur exclusif des cartes de crédit comarquées Costco pour le Canada.

Toronto, ON (1 octobre 2014) – [Capital One Financial Corporation \(NYSE : COF\)](#) a annoncé aujourd'hui qu'elle sera désormais l'émetteur exclusif de cartes de crédit pour [Costco Wholesale Canada Ltd.](#) Cette nouvelle entente réitère l'engagement de Capital One à développer son portefeuille de cartes de crédit comarquées.

Les membres actuels et les nouveaux membres de Costco auront la chance de demander la nouvelle [carte Platine MasterCard de Capital One](#), exclusivement pour les membres de Costco.

Cette nouvelle carte de crédit sans frais annuels, qui sert aussi de carte de membre de Costco, permet à son titulaire d'obtenir des récompenses pour chaque achat effectué chez Costco ou ailleurs. Aucune limite ne s'applique à la remise en argent que peuvent recevoir les titulaires et, en prime, les titulaires ont la possibilité de doubler leurs remises au cours des trois premiers mois suivant leur adhésion. Les récompenses peuvent être échangées contre des produits de marque de qualité ou de l'argent comptant chez Costco.

« Nous avons toujours considéré que, pour réussir, il faut s'associer à des entreprises remarquables qui, comme nous, sont déterminées à fournir une grande valeur, à fidéliser les clients et à offrir une expérience clientèle exceptionnelle », a déclaré Shane Holdaway, président de Capital One Canada. « Notre relation avec Costco et la nouvelle carte Platine MasterCard de Capital One reflètent parfaitement cette philosophie et cadrent avec notre vision consistant à élargir notre portefeuille de cartes de crédit au Canada. »

La nouvelle [carte Platine MasterCard de Capital One](#) permet à ses titulaires d'obtenir des remises en argent pratiquement partout, notamment dans les entrepôts Costco Wholesale du Canada. Voici quelques-uns des avantages et des récompenses de cette nouvelle carte :

Sert également de carte de membre de Costco

Remise en argent :

3 % au restaurant

2 % sur l'essence

0,5 % sur la première tranche de 3 000 \$ dépensée pendant l'année pour tout autre type d'achat, puis 1 % sur tout montant supérieur.

Aucune limite ne s'applique au montant de votre remise.

De plus, il est possible de doubler les remises en argent au cours des trois premiers mois suivant l'adhésion pour les dépenses combinées maximales de 1500 \$ dans les restaurants et les stations-service et pour tout autre type de dépense jusqu'à un maximum de 8 500 \$

Sans frais annuels

Taux d'intérêt annuel : 19,75 %

Avantages Platine MasterCard

Assurance accidents de voyage

Assurance retard des bagages

Assurance collision/dommages pour véhicules de location

Assistance voyage

Assurance achats, service protection de prix et garantie prolongée

Responsabilité zéro si votre carte est utilisée sans autorisation

Services MasterCard Global

« L'empreinte de la carte de crédit MasterCard est inégalée au Canada, et cette relation va permettre aux membres de Costco d'utiliser la carte MasterCard de leur choix à la caisse. MasterCard et Costco ont une occasion en or d'accroître le nombre de titulaires de la carte et de membres de Costco, et de leur offrir plus de valeur, de meilleurs avantages et des économies supérieures », a affirmé Betty K. DeVita, présidente de [MasterCard Canada](#).

Grâce à cette nouvelle entente avec Costco, une quatrième carte de crédit comarquée s'ajoute au portefeuille de Capital One au Canada, qui comprend les cartes de crédit des sociétés suivantes : La Compagnie de la Baie d'Hudson (HBC), IHG (InterContinental Hotels Group) et Delta Air Lines.

À propos de Capital One

Pourvue de bureaux à Toronto et à Montréal, Capital One offre aux consommateurs canadiens une gamme de cartes de crédit MasterCard concurrentielles depuis 1996, qui comprend maintenant la série de cartes récompenses Plus, régulièrement citées par les principaux experts en programme de récompenses parce qu'elles offrent une grande valeur aux consommateurs.

La Banque Capital One (succursale canadienne) est la succursale d'une banque étrangère autorisée de Capital One Bank (États-Unis), Amérique du Nord, et une filiale de Capital One Financial Corporation, située à McLean en Virginie (NYSE : COF).



Personne-ressource pour les médias

Andrew Clarke, gérant, communications d'entreprise

Capital One Canada

416-549-2930

andrew.clarke@capitalone.com



QUATRE-VINGTS POUR CENT DES QUÉBÉCOIS S'ATTENDENT À SE REMETTRE D'UN FAUX DÉPART

Une nouvelle étude menée dans le cadre de la Semaine canadienne d'information sur le crédit révèle qu'un grand nombre de Québécois éprouvent des difficultés émotionnelles lorsqu'ils n'atteignent pas leurs objectifs financiers, mais qu'ils s'attendent à reprendre le dessus à long terme.

Montréal (Québec), le 30 octobre 2014 – Selon une nouvelle étude sur les finances personnelles, les jeunes Québécois sont nombreux à tirer de l'arrière et à avouer parfois faire fausse route alors qu'ils essaient d'assainir leurs finances pour atteindre leurs objectifs budgétaires. Mais ils demeurent déterminés : 75 % d'entre eux assument la responsabilité de leurs erreurs et estiment qu'ils arriveront à se remettre complètement de leurs revers de fortune. L'étude, commanditée par [Credit Canada Debt Solutions](#) en collaboration avec [Capital One Canada](#), a été menée en prévision de la huitième [Semaine canadienne d'information sur le crédit](#), qui aura lieu du 10 au 14 novembre à l'échelle du pays.

Les Québécois de la génération Y ont atteint l'âge où il est temps d'obtenir leur indépendance et leur autonomie financière, mais il n'est pas toujours facile d'y arriver. Les principaux obstacles qui nuisent à l'atteinte de leurs objectifs financiers sont le manque de capacité de gain (35 %), le chômage (31 %) et l'incapacité de respecter un budget, de planifier et d'épargner (28 %).

L'essor des médias sociaux joue un rôle clé dans le phénomène du « faux départ », car près du quart (28 %) des Québécois âgés de moins de 30 ans affirment que le fait d'être témoin de la vie de leurs amis sur Facebook a une incidence directe sur leur capacité à atteindre leurs objectifs financiers. La moitié des Québécois (51 %) craignent que quelqu'un découvre les problèmes auxquels ils font face, alors ils s'exposent à de fortes pressions sur les réseaux sociaux pour donner l'impression de réussir. À cela s'ajoute le fait que plus de trois Québécois sur quatre se sentent responsables de leur échec et que beaucoup d'entre eux vivent, par conséquent, une grave détresse émotionnelle : 31 % se sentent minables, 30 % sont déprimés et 23 % sont gênés de leur situation.

« Il semble que la tendance du faux départ soit non seulement fréquente, mais également éprouvante sur le plan émotionnel pour bon nombre de Québécois qui aspirent à la réussite financière », a indiqué Laurie Campbell, chef de la direction de [Credit Canada Debt Solutions](#). « Nous nous sommes donné la mission de collaborer avec les Québécois afin de leur offrir les outils dont ils ont besoin pour prendre en main leurs finances. »

Il ne fait aucun doute que la tendance du faux départ soulève des préoccupations, mais il y a toutefois de l'espoir. Parmi ceux qui peinent à atteindre leurs objectifs financiers, 60 % disent avoir les ressources nécessaires, comme un conjoint, des outils de planification budgétaire en ligne, un soutien financier ou un soutien à l'investissement, pour repartir du bon pied dans le futur.

« Ces récentes données révèlent qu'il existe d'importantes lacunes sur le plan de la sensibilisation aux questions financières et au crédit, au sein d'un segment démographique clé du Canada », a déclaré Shane Holdaway, président de [Capital One Canada](#). « Il est cependant encourageant de constater que de bons outils et un soutien adéquats peuvent avoir une incidence positive sur les Québécois désireux de bien gérer les aspects liés au crédit. »

Si la tendance touche autant les hommes que les femmes, elle varie considérablement lorsqu'on s'intéresse aux perceptions et à la situation géographique. Les femmes sont 67 % plus enclines que les hommes à mettre les problèmes financiers sur le dos de leur conjoint, en raison d'un partage inéquitable de l'argent. Le lieu de résidence peut également constituer un facteur important. Les résidents de l'Ouest canadien ont indiqué le plus grand manque monétaire (79 \$k) causant leur « faux départ », comparativement à 31 \$k pour l'Ontario et le Québec, et 40 \$k pour l'Est canadien. Les Québécois éprouvent plus de difficultés à quitter le nid familial (4 %) que leurs concitoyens d'ailleurs au pays (9 % dans l'Ouest canadien, 6 % en Ontario et 4 % dans l'Est canadien).

[Credit Canada Debt Solutions](#) et [Capital One Canada](#) offrent les conseils suivants pour aider les Canadiens à réussir sur le plan financier :

Élaborez un plan détaillé décrivant vos objectifs financiers à court, moyen et long terme.

Trouvez un conseiller ou un mentor personnel qui vous aidera à effectuer de réels changements.

Parlez de vos objectifs à d'autres personnes pour obtenir leur approbation et leur soutien.

Ayez des attentes réalistes.

Créez un « livre de bord » dans lequel vous ferez le suivi de votre progression.

Offrez-vous des récompenses lorsque vous faites de petits pas vers un grand changement.

Cette année, [la Semaine canadienne d'information sur le crédit](#) portera principalement sur les faux départs. Elle comprendra un certain nombre d'événements, notamment des ateliers et des concours qui se dérouleront un peu partout au pays. Le but est d'aborder l'incapacité de nombreux Canadiens à prendre des décisions financières responsables. Consultez le site www.cewc.ca/la-semaine-du-credit pour en savoir plus.

Au sujet du sondage

En août 2014, Credit Canada Debt Solutions a mené un sondage en ligne auprès de 800 Canadiens âgés de 18 à 65 ans. La signification statistique du sondage est de plus ou moins 3,5 %, 19 fois sur 20. Les résultats ont été statistiquement pondérés en fonction de l'âge, du sexe et de la religion.

À propos de Credit Canada Debt Solutions

[Credit Canada Debt Solutions](#) est un service caritatif sans but lucratif qui a aidé des milliers de personnes depuis 1966 en leur offrant des services de conseil en matière de crédit et des programmes de gestion de dettes. [Credit Canada Debt Solutions](#) est membre de l'association ontarienne des services de conseil en matière de crédit (Ontario Association of Credit Counseling Services) et est un membre fondateur de l'association canadienne des services de conseil en matière de crédit (Canadian Association of Credit Counseling Services).

À propos de Capital One

Établie à Montréal et à Toronto, [Capital One](#) offre aux consommateurs canadiens depuis 1996 une vaste gamme de cartes de crédit MasterCard concurrentielles, qui inclut maintenant la série de cartes de récompenses Capital One Plus, régulièrement louangées par des experts du domaine en raison de l'excellente valeur qu'elles procurent aux consommateurs. La Banque Capital One (succursale canadienne) est la succursale d'une banque étrangère autorisée de Capital One Bank (États-Unis), Amérique du Nord, et une filiale de Capital One Financial Corporation, située à McLean en Virginie (NYSE : COF). Capital One croit en la capacité des Canadiens à gérer leurs finances grâce à des programmes et à des ressources comme le site [lecreditdemystifie.ca](#), [Semaine canadienne d'information sur le crédit](#) Canada et le [défi d'éducation financière de Capital One](#). -30-

Personnes-ressources pour les médias

Laurie Campbell, Chef de la direction
Credit Canada Debt Solutions
416-228-2526
lcampbell@creditcanada.com

Andrew Clarke, gérant, communications d'entreprise
Capital One Canada
416-549-2930
andrew.clarke@capitalone.com

