



**Observations sur le projet de loi n° 60, Loi modifiant la Loi sur la  
protection du consommateur et d'autres dispositions législatives**

**Commentaires présentés à  
La Commission des relations avec les citoyens**

**Option consommateurs  
20 octobre 2009**

## **Description de l'intervenante**

Issue du mouvement des associations coopératives d'économie familiale (ACEF), et plus particulièrement de l'ACEF de Montréal, Option consommateurs existe depuis 1983.

Option consommateurs compte sur une équipe d'une trentaine de professionnels qui œuvrent au sein de cinq services : le Service budgétaire, le Service d'efficacité énergétique, le Service juridique, le Service d'agence de presse et le Service de recherche et de représentation. Au fil des ans, Option consommateurs a notamment développé une expertise dans les domaines du budget et de l'endettement, des services financiers, de la santé et de l'agroalimentaire, de l'énergie, du voyage, de l'accès à la justice, des pratiques commerciales, et de la protection de la vie privée. Chaque année, nous rejoignons directement entre 7000 et 10 000 consommateurs, accordons de nombreuses entrevues aux médias, siégeons à plusieurs comités de travail et conseils d'administration, réalisons des projets d'intervention d'envergure avec d'importants partenaires et produisons notamment des rapports de recherche, des mémoires et des guides d'achat dont le guide *Jouets* annuel du magazine *Protégez-Vous*.

## **Intérêt d'Option consommateurs pour cette consultation**

Depuis sa création, Option consommateurs s'intéresse aux problèmes des consommateurs québécois. En tant qu'association de consommateurs, elle reçoit tous les jours des plaintes de la part de consommateurs s'estimant lésés. Elle est donc bien placée pour dénoncer les pratiques commerciales de certaines entreprises dans les médias et devant les tribunaux. L'association agit pour protéger les droits des consommateurs et c'est pourquoi elle s'intéresse à toutes les modifications et les améliorations qui peuvent être apportées à la *Loi sur la protection du consommateur* (L.p.c.).

Dans le cadre de ses activités quotidiennes, l'association favorise le respect de la L.p.c. en renseignant la population sur ses droits et ses recours, en publiant des textes sur le sujet et en donnant des conférences. Au cours des deux dernières décennies, Option

consommateurs a aussi œuvré à titre de représentante des membres dans une quarantaine de recours collectifs, notamment en matière de pratiques commerciales, de services financiers et de cartes de crédit.

Option consommateurs s'est donnée pour mission de « promouvoir et de défendre les droits et les intérêts des consommateurs et de veiller à ce qu'ils soient respectés »<sup>1</sup>. Dans cette optique, il est pour nous des plus pertinents de pouvoir donner notre avis sur le présent projet de réforme.

---

<sup>1</sup> Planification stratégique d'Option consommateurs 2007-2011

Option consommateurs se réjouit des nouvelles règles proposées par le projet de loi no 60 visant à moderniser la *Loi sur la protection du consommateur*. Nous estimons que celles-ci tiennent compte de l'évolution des pratiques commerciales et apportent des améliorations plus que nécessaires afin de protéger adéquatement les consommateurs. Ces modifications sont d'une importance capitale parce que la loi adoptée en 1971 est désuète à plusieurs égards et ne suffit plus à protéger les consommateurs.

L'organisme se réjouit plus particulièrement des mesures suivantes :

- l'interdiction de clauses abusives.
- l'internalisation des coûts (ex : dans le cas d'un « tout inclus », le prix annoncé sera le prix réellement payé, sauf les taxes);
- l'obligation d'information lors de la vente des garanties supplémentaires (prolongées);
- l'encadrement des contrats de services à exécution successive fournis à distance;
- l'interdiction de prévoir une date de péremption sur les cartes prépayées;
- le droit d'action des associations de consommateurs;

Notons enfin que l'absence de commentaires à l'égard de certains éléments du projet de loi ne doit pas être interprétée comme constituant un assentiment tacite à leur teneur, non plus que l'expression d'un désaccord.

### **art. 1 Stipulations interdites (art. 11.2 et 11.3)**

Les contrats de consommation font rarement – sinon jamais – l'objet de négociation avec les commerçants. Les termes de ces contrats sont imposés par l'entreprise qui les rédige. Cette situation illustre le rapport de force contractuel inégal qui existe entre les parties. C'est pourquoi nous saluons la proposition d'interdire deux clauses abusives, soit la modification unilatérale du contrat par le commerçant et son droit de résilier unilatéralement un contrat à exécution successive à durée déterminée.

Toutefois, nous aimerions porter à votre attention les éléments suivants :

- **art. 11.2 al. 1 b) (Transmission et forme de l'avis)**

Bon nombre de consommateurs se plaignent de ne pas recevoir ou de ne pas avoir eu connaissance des avis qui leur sont adressés. Ce problème est notamment attribuable au fait que les avis sont parfois imprimés sur les relevés de compte, écrits en petits caractères, ou encore confondus avec de la publicité.

Nous comprenons, par la mention « ...un avis écrit comprenant exclusivement la nouvelle clause ou la clause modifiée... » (nos soulignements), que l'avis ne pourra pas être inséré dans le relevé de compte.

Option consommateurs recommande que l'avis soit rédigé en langage clair et simple et ne soit pas combiné à un autre envoi, tel qu'un envoi publicitaire ou le relevé de compte. De plus, nous recommandons que l'avis attire suffisamment l'attention pour que le consommateur puisse en prendre connaissance.

- **art. 11.2 al. 1 b) (Contenu de l'avis)**

Nous sommes d'accord que l'avis doit contenir la nouvelle clause ou la clause modifiée ainsi que la version antérieure et la date de modification. Mais nous croyons que le contenu de l'article 11.2 al. 1 c) devrait être inclus également.

Option consommateurs recommande que l'avis mentionne expressément le contenu de l'article 11.2 al. 1 c), rappelant ainsi au consommateur qu'il peut refuser la modification et résilier son contrat sans frais ni pénalité dans les 60 jours suivant la réception de l'avis.

- **art. 11. 3 al. 1 (contrat à durée déterminée - interdiction de résiliation unilatérale)**

Nous accueillons favorablement l'interdiction d'une stipulation qui permettrait au commerçant de résilier unilatéralement un contrat de service à exécution successive à durée déterminée.

- **art. 11. 3 al. 2 (contrat à durée indéterminée - interdiction de résiliation unilatérale)**

Comme nous l'avons indiqué précédemment, nous estimons que l'avis écrit transmis au consommateur devrait être rédigé en langage clair et simple et ne devrait pas être combiné à un autre envoi, tel qu'un envoi publicitaire ou le relevé de compte. De plus, nous recommandons que l'avis attire suffisamment l'attention pour que le consommateur puisse en prendre connaissance.

Cependant, à l'image de l'article 2126 du *Code civil du Québec*, nous recommandons d'ajouter que la résiliation unilatérale d'un contrat à durée indéterminée par un commerçant doit être possible seulement dans le cas d'un « motif sérieux ».

### **art. 3 Clause inapplicable au Québec (art. 19.1)**

Option consommateurs accueille favorablement l'insertion de l'article 19.1 à la loi. Nous croyons que les clauses utilisées actuellement par les entreprises ne sont pas suffisamment claires. Par exemple, nous observons dans les contrats l'utilisation des mentions suivantes : « Là où la loi le permet », « sauf lorsque la loi l'exige », « conformément aux lois applicables », « tel que requis par la loi », « sauf lorsque ces frais sont interdits par les lois applicables », « sauf si les lois applicables l'interdisent ». Or, comme le consommateur ignore souvent les modalités de la loi, il ne peut pas, en lisant ces mentions, savoir ce qui s'applique ou non à sa situation.

## **art. 2 (modification de l'article 13 Lpc)**

Option consommateurs accueille favorablement cette proposition. Les tribunaux québécois avaient interprété la version actuelle de l'article 13 d'une manière permettant l'utilisation de clauses pénales dans les contrats de consommation. À notre avis, le projet de loi 60 modifie donc l'article 13 de la Lpc afin de rétablir l'intention de départ du législateur.

## **art. 4 (modification de l'article 23 Lpc)**

Nous sommes d'accord avec la proposition de modification de cet article. En effet, il s'agit d'une modification de concordance qui prend en considération l'ajout d'un contrat écrit à l'article 214.2.

## **art. 5 (ajout de l'art. 35.1 Lpc : Garantie conventionnelle)**

Option consommateurs estime important de mieux protéger et informer les consommateurs à qui on propose l'achat de « garanties prolongées » et salue donc la mesure proposée.

Cependant, nous estimons que le libellé et le choix de l'emplacement de la disposition proposée présentent un certain nombre de problèmes qu'il conviendrait de corriger.

- **L'article 35.1 proposé est situé dans le titre I de la Lpc et ne s'applique pas aux garanties supplémentaires offertes par des compagnies d'assurances**

Cette situation est problématique, car beaucoup des produits vendus par des détaillants ne sont pas juridiquement qualifiés de « garantie conventionnelle » mais « d'assurance »<sup>2</sup>. Cette qualification juridique se produit notamment lorsque la protection vendue est un

---

<sup>2</sup> *Association pour la protection des automobilistes inc. c. Toyota Canada inc.*, 2008 QCCA 761, voir para. 58-62.

produit offert par une entreprise qui n'est pas le détaillant du bien. C'est le cas, par exemple, lorsque *Brick* vend une « protection » de *Trans Global Warranty*. Cette situation est très fréquente dans le secteur automobile.

Or, les produits d'assurance n'ont pas à se conformer aux règles énoncées au titre I de la Lpc<sup>3</sup>. Par conséquent, si la disposition proposée se retrouve dans cette partie de la loi, beaucoup de garanties supplémentaires offertes sur le marché échapperont à l'application de l'article 35.1 Lpc<sup>4</sup>. Nous craignons que cette situation rende inefficace l'adoption de la mesure proposée.

Option consommateurs estime important que la mesure proposée s'applique à toutes les garanties supplémentaires offertes sur le marché, et ce, indépendamment de la qualification juridique de ces produits. Afin de pallier ce problème, nous recommandons d'inclure cette mesure dans une autre partie de la Lpc qui s'appliquerait tant aux garanties supplémentaires de nature conventionnelle qu'aux garanties supplémentaires qui sont de la nature d'un produit d'assurance.

- **Le libellé proposé prévoit que le « commerçant doit informer le consommateur oralement et par écrit, « du contenu de la garantie prévue à l'article 38 ».**

Option consommateurs appuie cette proposition.

Toutefois, afin d'éviter que les détaillants adoptent des formulations diverses, il serait utile que le législateur adopte un libellé vulgarisé dont il exigerait la mention obligatoire.

Par ailleurs, afin que l'information transmise aux consommateurs soit plus complète, et afin d'éviter de complexifier indûment le message transmis à ces derniers, nous

---

<sup>3</sup> art. 5a) Lpc.

<sup>4</sup> C'est le cas notamment des produits vendus par les détenteurs de permis de garantie supplémentaires émis par l'OPC :

[http://www.opc.gouv.qc.ca/Documents/Publications/Commerçants/VendeurGarantieSuppAutomobile/ListePermis\\_Garantie\\_Supplementaire.pdf](http://www.opc.gouv.qc.ca/Documents/Publications/Commerçants/VendeurGarantieSuppAutomobile/ListePermis_Garantie_Supplementaire.pdf)



suggerons que le document transmis fasse référence à l'ensemble des dispositions dont découlent les garanties légales prévues tant à la *Loi sur la protection du consommateur* qu'au *Code civil du Québec*.

Option consommateurs recommande que le législateur adopte un libellé vulgarisé dont il exigerait la mention obligatoire. Elle recommande également que le document remis aux consommateurs face référence à toutes les dispositions des garanties légales.

- **Obligation de divulgation orale et écrite au sujet des limites et des exclusions associées aux garanties prolongées et la durabilité du bien acheté**

Des enquêtes effectuées par plusieurs associations de consommateurs<sup>5</sup> démontrent que les limites et les exclusions prévues dans les contrats de garantie prolongée ne sont jamais divulguées ou accessibles aux consommateurs avant l'achat d'une garantie prolongée. De plus, les consommateurs ne reçoivent aucune information sur la durabilité du bien qu'ils envisagent d'acheter. Par conséquent, les consommateurs ne disposent pas des renseignements nécessaires pour évaluer l'utilité des garanties supplémentaires offertes.

Afin que les consommateurs puissent prendre une décision éclairée sur l'opportunité d'acheter un tel produit, il faudrait en plus de la mesure proposée que le vendeur ait l'obligation de divulguer avant la conclusion du contrat, tant oralement ainsi que par écrit, les éléments qui sont couverts par la garantie supplémentaire, les exclusions ainsi qu'une évaluation de la durée de vie raisonnable du bien vendu.

Option consommateurs recommande d'imposer au vendeur une obligation d'information orale et écrite des conditions d'utilisation et des exclusions prévues aux contrats de garantie supplémentaires et de divulguer une évaluation de la durée de vie raisonnable du bien vendu.

---

<sup>5</sup> Option consommateurs, *Acheter une garantie prolongée un bon calcul ?*, Consommation, Vol 6 no. 4, décembre 1995, p. 11-16; Union des consommateurs, *Garanties prolongées, le consommateur en a-t-il pour son argent ?*,

- **L'écrit remis au consommateur devrait être rédigé en langage simple et clair**

L'article 35.1 proposé exige qu'un « écrit » soit remis aux consommateurs.

Option consommateurs propose d'exiger que l'écrit remis au consommateur soit rédigé en langage simple et clair. Au Québec, une telle obligation existe notamment en matière de recours collectif. En effet, le *Code de procédure civile* exige que les avis aux membres des recours soient rédigés en langage simple et clair<sup>6</sup>. Cette norme de rédaction est prévue, car il est important que les termes utilisés soient facilement compréhensibles pour l'ensemble des lecteurs.

Option consommateurs recommande de modifier le libellé de l'article 35.1 afin d'ajouter que l'écrit remis aux consommateurs soit rédigé en langage simple et clair.

#### **art.6 (ajout de l'art. 52.1 Lpc)**

Le libellé de cette disposition vise à assurer que les consommateurs puissent bénéficier de la protection des garanties conventionnelles lorsqu'ils ne sont pas le premier détenteur d'un bien. Cette mesure vise à éviter que les consommateurs perdent le bénéfice d'une garantie s'ils ne peuvent faire la preuve de l'entretien effectué par le précédent propriétaire du bien. En effet, il est virtuellement impossible de faire une telle preuve.

Cependant, la formulation proposée nous semble trop limitative. En effet, elle protège le consommateur seulement lorsque le détenteur précédent était propriétaire du bien. Cette situation est problématique, par exemple, dans le domaine automobile où beaucoup de consommateurs louent des véhicules automobiles au lieu de les acheter. Si le libellé de cette disposition demeure tel quel, les nouveaux propriétaires de véhicules utilisés

---

<sup>6</sup> art. 1046 Code de procédure civile (L.R.Q., c. C-25) : « Dans tous les cas où un avis doit être donné aux membres, il est écrit dans un langage simple et compréhensible pour les personnes auxquelles il est destiné ».

antérieurement par un locataire ne pourront pas tirer profit de la protection proposée dans cette disposition.

Option consommateurs recommande d'élargir la portée de l'article 52.1 afin d'englober d'autres détenteurs que les propriétaires antérieurs d'un bien.

Par exemple, l'article 52.1 pourrait se lire comme suit :

*« 52.1. Le commerçant ou le fabricant ne peut exiger du consommateur qu'il fasse la preuve que les précédents propriétaires ou locataires du bien ont respecté les conditions de la garantie. ».*

#### **art.7 (ajout de l'art. 52.1 Lpc)**

Il s'agit d'une modification en vue de corriger l'appellation du « contrat conclu à distance ». Option consommateurs est pour cette proposition. Nous sommes d'avis que l'expression proposée traduit mieux le type de contrat visé par la section I.1.

#### **art. 8 (ajout des articles 187.1-187.4 – cartes prépayées)**

- **art. 187.1 (définition)**

Option consommateurs dénonce depuis très longtemps les divers problèmes soulevés par l'ensemble des cartes prépayées, soit les cartes ou chèques-cadeaux de magasins ou de centres commerciaux<sup>7</sup>, les cartes-cadeaux et les cartes rechargeables émises par une institution financière et affichant une marque de paiement comme Visa ou Master Card<sup>8</sup>.

Nous saluons la définition proposée à l'article 187.1, car elle est suffisamment large pour inclure l'ensemble de ces produits.

---

<sup>7</sup> Communiqué de presse d'Option consommateurs du 11 décembre 2008. En ligne : [http://www.option-consommateurs.org/salle\\_presse/communiqués/209/](http://www.option-consommateurs.org/salle_presse/communiqués/209/)

<sup>8</sup> OPTION CONSOMMATEURS, *La protection des consommateurs utilisant des cartes de paiement prépayées : Un instrument laissé aux forces du marché*, juin 2008

Les cartes-cadeaux des magasins et de centres commerciaux sont des outils de marketing mis sur le marché pour attirer et fidéliser la clientèle. Il s'agit d'outils promotionnels extrêmement lucratifs<sup>9</sup>.

L'autre type de produit visé par cette mesure concerne les cartes prépayées (rechargeables ou non) émises par une institution financière et affichant une marque de paiement comme Visa ou Master Card. Ces entreprises pourraient arguer que leurs produits ne devraient pas être visés par la Lpc parce qu'il s'agit de produits de paiement à usage général. Nous croyons qu'il s'agit d'un faux débat. Selon nous, une telle mesure aurait pour effet d'avantager injustement certains joueurs du marché des paiements, en particulier les joueurs qui dominent déjà ce marché.

Nous tenons également à rappeler que les émetteurs de cartes prépayées (par exemple, les institutions financières, Visa et Master Card) tirent leurs revenus de plusieurs façons :

- 1) Gain en intérêts et avantages économiques sur les sommes versées par les consommateurs à l'achat des cartes prépayées. Par exemple, les émetteurs de cartes prépayées pourraient faire fructifier les sommes qu'ils collectent.
- 2) Frais de réseau sont facturés aux commerçants qui utilisent le réseau électronique de l'émetteur de la carte. Ces frais varient de 1 à 3 % du montant de la vente.

En somme, il nous apparaît déraisonnable que les émetteurs de cartes prépayées demandent au gouvernement de pouvoir faire payer le consommateur qui utilise ces cartes de paiements. D'autant qu'une carte prépayée ne comporte aucun risque financier pour l'émetteur, contrairement à l'émission d'une carte de crédit. Il est important d'encadrer tous les produits prépayés offerts sur le marché, car il est paradoxal que le consommateur ait à payer pour utiliser son propre argent.

---

<sup>9</sup> JOLICOEUR, Martin, Journal *Les Affaires*, *Un cadeau du ciel pour les détaillants*, 6 décembre 2007.  
« Mais le plus grand bénéficiaire, et celui dont les détaillants aiment le moins parler, est que 27 % des consommateurs ne dépensent qu'en partie, voire jamais, la valeur des cartes-cadeaux reçues, selon le magazine américain *Consumer Report* L'an dernier, selon la firme de recherche financière Tower Group, 10 % des 80 milliards de dollars américains de cartes-cadeaux offertes durant la période des fêtes n'ont jamais été réclamés en marchandise. C'est l'équivalent de 8 milliards de dollars en dons, directement dans les poches des détaillants ».

Option consommateurs recommande d'inclure l'ensemble des cartes prépayées, cartes ou chèques-cadeaux des magasins ou des centres commerciaux, les cartes-cadeaux prépayées ou cartes rechargeables émises par une institution financières et affichant une marque de paiement comme Visa ou Master Card.

- **art. 187.2 (conditions d'utilisation)**

Nous croyons que l'article 187.2 est très pertinent et que le commerçant doit informer les consommateurs des conditions d'utilisation de la carte.

Toutefois, nous estimons que le deuxième alinéa de l'article soulève une problématique : « Lorsque l'information exigée au premier alinéa n'apparaît pas sur la carte, le commerçant doit la fournir par écrit au consommateur ». Le consommateur « utilisateur » de la carte prépayée est bien souvent un tiers à qui on a offert la carte en cadeau. Si le consommateur « acheteur » de la carte ne transmet pas cette information écrite à l'utilisateur, ce dernier ne connaîtra pas les conditions d'utilisation.

Nous sommes donc d'avis que les renseignements importants sur les conditions d'utilisation (les marchandises et services pouvant être achetés avec la carte, la marche à suivre pour activer la carte et la procédure pour connaître le solde) devraient se retrouver sur la carte prépayée pour qu'elles soient ainsi transférées au consommateur « utilisateur » de la carte. Les autres renseignements pourraient se retrouver sur un document combiné à la carte.

Option consommateurs recommande que les renseignements importants sur les conditions d'utilisation soient inscrits sur la carte prépayée.

- **art. 187.3 (Date de péremption)**

Nous approuvons entièrement l'article 187.3 interdisant la stipulation prévoyant une date de péremption sur la carte prépayée. En effet, nous trouvons déplorable qu'un consommateur perde le bénéfice de son argent ou d'un don qui lui a été fait et que le commerçant s'enrichisse sans avoir donné de bien ou rendu de service en contrepartie.

- **art. 187.4 (Frais d'utilisation ou délivrance)**

Nous accueillons très favorablement l'article 187.4 prévoyant qu'aucun frais de délivrance ou d'utilisation de la carte prépayée ne puisse être réclamé au consommateur. Par ailleurs, nous nous demandons si la stipulation prévoit l'interdiction des frais de dévaluation (communément appelés frais de dormance) des cartes prépayées et les frais pour connaître le solde de la carte. Nous considérons que ces frais devraient être interdits.

Option consommateurs recommande d'interdire les frais de dévaluation (dormance) et les frais pour connaître le solde de la carte.
---

**Autres commentaires :**

**Remboursement en argent de soldes inutilisés**

Nous aimerions souligner que les articles proposés dans le projet de loi 60 ne règlent pas la problématique des soldes non utilisés par les détenteurs de cartes-cadeaux. Bon nombre de consommateurs n'utilisent pas leur solde en entier ; chaque année, des millions, voire des milliards de dollars non utilisés grossissent les profits des détaillants<sup>10</sup>. Ces derniers bénéficient de sommes d'argent sans avoir à donner un service ou un bien en contrepartie. Option consommateurs a constaté que presque tous les détaillants ou institutions émettant des cartes prépayées refusent de rembourser le solde

---

<sup>10</sup> Idem

restant au consommateur. Celui-ci peut alors être dans l'incapacité d'utiliser ce solde si le commerçant n'offre pas de bien ayant une valeur équivalente à ce dernier.

Notons que plusieurs États américains ont adopté des mesures exigeant le versement du solde non utilisé des cartes prépayées<sup>11</sup>.

Option consommateurs recommande que le projet de loi 60 prévoie une disposition afin que les consommateurs puissent se faire rembourser le solde non utilisé des cartes prépayées. La disposition pourrait prévoir qu'après l'utilisation d'un certain pourcentage de la carte le solde restant puisse être remboursé en argent aux consommateurs.

### **Mesure de protection financière**

Enfin, nous remarquons que le projet de loi 60 ne contient aucune disposition visant à protéger le consommateur en cas de fermeture ou de faillite d'un commerçant ou détaillant. Le consommateur risque alors de perdre la valeur de la carte prépayée. Nous sommes donc d'avis que le projet de loi devrait inclure des mesures pour protéger le consommateur puisqu'une longue période de temps peut s'écouler entre l'achat de la carte prépayée et l'utilisation de celle-ci (parfois des mois, voire des années). La *Loi sur la protection du consommateur* comporte déjà plusieurs mesures de protection dont pourrait s'inspirer le législateur : cautionnement, compte en fidéicommis ou en fiducie et fonds d'indemnisation. Par ailleurs, certains États américains obligent les émetteurs de cartes prépayées à détenir les sommes inutilisées dans un fonds bancaire distinct servant à rembourser les titulaires de cartes si l'émetteur cesse ses activités<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> National Conference of State Legislatures : URL en ligne : <http://www.ncsl.org/default.aspx?tabid=12474>, certains États prévoient dans leur législation que lorsque le solde d'une carte prépayée atteint un montant de moins de 10 \$, le commerçant doit rembourser en argent la balance au consommateur.

<sup>12</sup> National Conference of State Legislatures : URL en ligne : <http://www.ncsl.org/default.aspx?tabid=12474> : entre autres, c'est le cas de l'État de New York et du Massachussets.

Option consommateurs recommande de mettre en place des mesures pour protéger les consommateurs sur le plan financier. Ces mesures pourraient prendre la forme d'un compte en fiducie, tel que le prévoit l'article 256 Lpc. Le commerçant aurait ainsi l'obligation de conserver les sommes non utilisées des cartes prépayées dans un compte en fiducie. En cas de faillite ou de fermeture de l'entreprise, le consommateur pourrait ainsi être remboursé.

**art. 10 (ajout des articles 214.1 – 214.11 – contrat à exécution successive de service fourni à distance)**

Option consommateurs se réjouit que le législateur désire adopter des dispositions ayant pour effet d'encadrer les contrats de service à exécution successive fournis à distance, notamment les activités des entreprises de télécommunication, telles que la téléphonie sans fil, la télévision payante et les services Internet. Les statistiques démontrent que les consommateurs québécois éprouvent de plus en plus de problèmes avec ces commerçants. Si ce domaine s'est hissé au 2<sup>e</sup> rang des plaintes auprès de l'Office de la protection du consommateur avec un volume de 11 %, il représentait respectivement 10 % et 16 % des plaintes reçues par Option consommateurs en 2007-2008 et 2008-2009.

- **art. 214.2 (contenu du contrat)**

Nous remarquons que la liste des éléments inclus à l'article 214.2 est très complète et nous nous en réjouissons. Toutefois, cette liste ne peut se superposer parfaitement à la liste des renseignements à divulgation obligatoire dans le cas des contrats de service conclus à distance. Cela crée deux régimes pour les contrats de services à exécution successive fournis à distance conclus en personne ou à distance.

Nous comprenons que ces deux régimes pourront s'appliquer de façon concomitante afin d'assurer une protection plus complète des consommateurs.



Néanmoins, Option consommateurs constate qu'il manque quelques renseignements dont la divulgation est importante pour les consommateurs. C'est pourquoi nous faisons les propositions d'amélioration suivantes :

- **Obligation de divulguer les autres frais**

Option consommateurs propose d'ajouter aux alinéas *c)* et *d)* de cet article une mention quant aux autres frais. En effet, certains frais, notamment les frais exigés pour le 911, n'entrent pas dans la définition de « services faisant l'objet du contrat ».

Une interprétation littérale de l'article 214.2 permettrait aux commerçants d'omettre de divulguer ces frais et de les additionner au tarif mensuel dont il est question à l'alinéa *d)*.

Option consommateurs recommande d'ajouter aux alinéas *c)* et *d)* de cet article une mention quant aux autres frais.

- **Obligation de divulguer le coût total**

À la lecture de cet article, il n'est pas évident que le prix total en matière de contrats de service à exécution successive fournis à distance doit être divulgué. Or, notamment à la lecture de l'article 190 f)<sup>13</sup> relatif aux contrats de service à exécution successive de la L.p.c., il semble que l'intention du législateur a toujours été d'obliger les commerçants à divulguer le prix total du bien ou du service acheté dans toutes les circonstances.

Option consommateurs recommande d'ajouter à cet article un alinéa qui exigerait la divulgation du coût mensuel total du service acheté, incluant à la fois le service principal et les services optionnels prévus à l'alinéa *j)*.

---

<sup>13</sup> 190. Le contrat doit être constaté par écrit et indiquer: [...]f) le total des sommes que le consommateur doit débours en vertu du contrat; [...]

- **Obligation de divulguer « toutes les autres restrictions ou conditions applicables au contrat »**

Option consommateurs estime qu'il est essentiel de prévoir l'apparition de données dont la divulgation deviendrait essentielle dans un environnement qui évolue rapidement.

Nous recommandons d'ajouter à cet article un alinéa qui se lirait comme l'alinéa *l)* de l'article 54.4 L.p.c. : « toutes les autres restrictions ou conditions applicables au contrat ».

- **Divulgence des motifs pouvant justifier la demande d'un dépôt de garantie**

De nombreux consommateurs se voient obligés de verser un dépôt de garantie pour conclure des contrats de services à exécution successive fournis à distance, notamment dans le domaine des télécommunications. Or, plusieurs d'entre eux ignorent la raison pour laquelle ils doivent fournir un dépôt.

Nous recommandons l'ajout d'un alinéa qui exigerait la divulgation de la liste exhaustive des raisons pour lesquelles le commerçant se réserve le droit de demander un tel dépôt.

- **Langage simple et clair**

Finalement, nous croyons qu'il serait opportun de s'inspirer à nouveau de l'obligation de divulgation prévue à l'article 54.4 Lpc et de préciser que les informations divulguées en vertu de l'article 214.2 devraient l'être de manière simple et claire et être portées expressément à la connaissance du consommateur. En effet, l'obligation d'information qui incombe au commerçant est ici importante, car toutes ces informations sont essentielles à l'expression du consentement libre et éclairé du consommateur. Il faut donc les mettre en valeur et non les disséminer dans un contrat volumineux et fastidieux à lire. C'est la seule façon de s'assurer que les consommateurs pourront ou voudront en prendre connaissance.

Nous recommandons de s'inspirer à nouveau de l'obligation de divulgation prévue à l'article 54.4 L.p.c. et de préciser que les informations divulguées en vertu de l'article 214.2 devraient l'être de manière simple et claire et être portées expressément à la connaissance du consommateur.

- **art. 214. 3 (reconduction automatique des contrats)**

Nous comprenons a *contrario* que cela signifie que les clauses de reconduction automatique sont valables pour les contrats à durée déterminée d'une durée de moins de 60 jours. Option consommateurs n'y voit pas d'objection, sous réserve des commentaires que nous ferons à l'article 214.8.

- **Droit transitoire**

Il nous semble important que les dispositions transitoires mentionnent ce qu'il adviendra des contrats comportant une clause de renouvellement automatique conclus avant l'entrée en vigueur de cette disposition. La clause restera-t-elle valide ? Cela permettrait aux commerçants de renouveler automatiquement les contrats à durée déterminée déjà en vigueur avant l'adoption de la loi.

Nous sommes d'avis qu'à l'entrée en vigueur de la disposition, celle-ci devrait priver d'effet pour l'avenir les clauses de renouvellement automatique contenues dans les contrats déjà existants.

Option consommateurs recommande que l'article 214.3 soit une exception aux règles prévues au droit transitoire pour que la règle de 214.3 s'applique immédiatement aux contrats en cours.

- **art. 214.4 (avis d'expiration du contrat)**

Nous appuyons la mesure proposée. Nous considérons qu'il s'agit d'un renseignement essentiel qui doit être communiqué aux consommateurs en temps opportun.

- **art. 214.5 (non-paiement du service pendant la période de réparation)**

Nous sommes en accord avec la mesure proposée.

- **Crédit et remboursement**

Toutefois, comme le service est généralement payé d'avance, il serait peut-être utile d'ajouter un alinéa qui prévoit que le compte du consommateur fera l'objet d'un crédit ou d'un remboursement équivalent à la valeur du service dont le consommateur a été privé, pour la durée de cette période de privation et ce, dès que celle-ci est connue.

Nous recommandons l'ajout d'un alinéa qui prévoit que le compte du consommateur fera l'objet d'un crédit ou d'un remboursement équivalent à la valeur du service dont le consommateur a été privé, pour la durée de cette période de privation et ce, dès que celle-ci est connue.
--

- **Période de garantie**

Il nous semble également essentiel que la notion de « période de garantie » inclue non seulement la garantie du fabricant, mais aussi la garantie légale. En effet, les garanties de fabricant contiennent de nombreuses exclusions, ce qui a pour effet de restreindre les réparations qui sont effectuées pendant la période de garantie.

Par ailleurs, si jamais un consommateur avait gain de cause dans une poursuite en vice caché contre son vendeur, il serait illogique qu'il ne puisse se faire rembourser le service qu'il n'a pu utiliser.

À cette fin, nous suggérons de modifier le paragraphe 1° du premier alinéa afin qu'on y lise « pendant *une* période de garantie » plutôt que « pendant *la* période de garantie ».

- **art. 214.6 (droit du consommateur à la résiliation unilatérale)**

Nous appuyons la mesure proposée puisqu'il s'agit d'insérer dans la Lpc la reconnaissance d'un droit déjà conféré aux consommateurs par notre droit civil.<sup>14</sup>

- **art. 214.7 (indemnité de résiliation)**

Option consommateurs salue le fait que le projet de loi prévoit une disposition qui vient imposer un plafond aux indemnités de résiliation qui peuvent être imposées aux consommateurs. En effet, cette mesure harmonise la Lpc avec le *Code civil du Québec* en vertu duquel un juge pourrait déclarer abusives certaines des pénalités actuellement imposées.

- **Définition de « bénéfice économique »**

S'il apparaît clair que le législateur vise la pratique de « donner » des téléphones cellulaires/portables aux clients qui contractent pour une durée déterminée, il nous apparaît également que l'expression est assez large pour englober d'autres bénéfices, comme la boîte vocale gratuite ou des rabais sur des options (afficheur, appels en attente, accès à Internet, etc.) ou sur le prix des forfaits.

Les bénéfices économiques consentis par le commerçant serviront plus tard à déterminer le montant de l'indemnité que le consommateur devra payer s'il résilie son contrat. Il

---

<sup>14</sup> *Code civil du Québec*, articles 2125 et suivants

faudrait donc prévoir des balises afin de prévenir les abus et une fixation arbitraire de la valeur des biens et des services offerts.

Option consommateurs recommande que concept de « bénéfice économique » soit défini.

- **Règlement**

Nous sommes impatients de voir les modalités qui seront prévues par règlement. Nous souhaitons que celles-ci ne donnent pas aux commerçants plus de droits que ceux que prévoit notre droit civil. En effet, les articles 2125 à 2129 du *Code civil du Québec* prévoient qu'un contrat de service peut être résilié en tout temps par le client et que celui-ci doit alors payer au prestataire de services « en proportion du prix convenu, les frais et dépenses actuelles, la valeur des travaux exécutés avant la fin du contrat ou avant la notification de la résiliation, ainsi que, le cas échéant, la valeur des biens fournis, lorsque ceux-ci peuvent lui être remis et qu'il peut les utiliser »<sup>15</sup> ainsi que tout autre préjudice que l'autre partie a pu subir.

- **Jeunes**

Finalement, nous réitérons la nécessité de protéger les consommateurs les plus vulnérables, plus précisément les jeunes. En effet, bien qu'ils soient capables de payer leur compte mensuel, ils sont souvent incapables de payer des pénalités importantes. Plusieurs jeunes que nous rencontrons en consultation budgétaire subissent les pressions d'agences de recouvrement et voient leur dossier de crédit entaché. Une telle « tache » peut leur nuire longtemps, diminuant leur capacité à signer des baux de logement, à conclure des contrats avec des entreprises de services publics, à obtenir du crédit à la consommation ou des prêts hypothécaires.

---

<sup>15</sup> Code civil du Québec, article 2129

## ○ Durée du contrat

Option consommateurs croit que le projet de loi pourrait être amélioré par l'ajout d'une restriction quant à la durée des contrats de services à exécution successive fournis à distance. La majorité des entreprises de télécommunications imposent un engagement d'une durée variant de 1 à 3 ans à leurs clients. En ce qui a plus spécifiquement trait aux entreprises de téléphonie cellulaire, la majorité des contrats conclus ont une durée e 3 ans. Or, durant cette période, la situation économique et les besoins des consommateurs peuvent changer.

C'est pourquoi certains pays ont jugé bon de limiter la durée de ce type de contrats par la voie législative. Par exemple, la France a limité à 24 mois la durée des contrats de télécommunications lors de l'entrée en vigueur de la loi Chatel du 1<sup>er</sup> juin 2008 modifiant le *Code de la consommation*<sup>16</sup>. L'adoption de cette disposition répondait alors à la préoccupation suivante : « Sur le marché français, 75 % des abonnés par forfait ne sont actuellement pas libres. »<sup>17</sup> Or, au Québec, environ 80 % des consommateurs qui ont des contrats de téléphonie cellulaire seraient engagés dans un contrat de 3 ans.

La Belgique songe, pour sa part, à réduire à 12 mois la durée de ce type de contrats. Une proposition de loi à cet effet a d'ailleurs été soumise au Sénat en janvier 2009.<sup>18</sup>

Enfin, selon une source journalistique, plusieurs pays d'Europe limitent même à 6 mois la durée de ce type de contrats et la Finlande interdit aux commerçants d'imposer une durée.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Code de la consommation, Version consolidée au 10 octobre 2009, Article L121-84-6, [http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?jsessionid=F80E29628C09E246747F3F97534DB2C5.tpdjo05\\_v\\_2?idSectionTA=LEGISCTA000006161828&cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20091019](http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?jsessionid=F80E29628C09E246747F3F97534DB2C5.tpdjo05_v_2?idSectionTA=LEGISCTA000006161828&cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20091019)

<sup>17</sup> Luc Chatel, secrétaire d'Etat à la Consommation et au Tourisme, cité par François Vignal, *Téléphone mobile* : « On peut interdire les contrats de 24 mois, peut-être qu'on le fera », 27 septembre 2007, <http://www.ecrans.fr/Telephone-mobile-On-peut-interdire,2195.html>

<sup>18</sup> <http://www.senate.be/www/?MIval=/Registers/ViewReg&COLL=S&POS=1&PUID=67110531&TID=67112736&LANG=fr>

<sup>19</sup> François Vignal, *Téléphone mobile* : « On peut interdire les contrats de 24 mois, peut-être qu'on le fera », 27 septembre 2007, <http://www.ecrans.fr/Telephone-mobile-On-peut-interdire,2195.html>

Nous recommandons de limiter à 2 ans ou moins la durée des contrats de service à exécution successive fournis à distance à durée déterminée.

- **art. 214.8 (Résiliation des contrats à durée indéterminée)**

Option consommateurs se réjouit que le législateur précise que la résiliation d'un contrat à durée indéterminée par le consommateur ne puisse comporter de droit à une indemnité pour le commerçant, sauf en des cas bien précis.

Toutefois, cette disposition, lue conjointement avec l'article 214.3 sur le renouvellement automatique des contrats de moins de 60 jours, nous force à réinterpréter la notion de contrat à durée indéterminée. En effet, l'industrie des télécommunications, notamment celle du téléphone cellulaire/portable effectue souvent des représentations à l'effet qu'il n'y a pas de contrat. Notre premier réflexe est d'assimiler cette « absence de contrat » à un contrat à durée indéterminée. Nous avons l'impression que c'est ce type de situations que le législateur désirait clarifier.

Or, dans ce cas, le cycle de facturation du consommateur est mensuel. Il nous semble que ces cycles de facturation mensuels pourraient être considérés comme une suite de contrats à durée déterminée d'une durée d'un mois. Certaines entreprises permettent de résilier un contrat au milieu d'un des cycles de facturation en remboursant la période non utilisée du cycle. D'autres entreprises ne le font pas.

Dans l'hypothèse des entreprises qui exigent le paiement complet du cycle au cours duquel la résiliation a lieu, nous croyons qu'on pourrait qualifier la relation contractuelle de succession de courts contrats à durée déterminée.

L'adoption d'une telle qualification par les commerçants permettrait de modifier unilatéralement les conditions des contrats entre les cycles de facturation puisqu'on considèrera qu'il s'agit d'un nouveau contrat. Elle permettra également aux entreprises



d'imposer à leurs clients le paiement des indemnités de résiliation prévues à l'article 214.7 en cas de rupture de contrat à un autre moment qu'à la fin d'un cycle.

Cela pourrait empêcher certains consommateurs de bénéficier des avantages du régime des contrats à durée indéterminée, notamment ceux qui ont déjà mené à terme un contrat à durée déterminée de plusieurs années et qui ont décidé de continuer de recevoir les services de la même entreprise.

Nous estimons donc essentiel que la loi définisse ce qu'est un contrat à durée indéterminée.

Option consommateurs recommande que la loi définisse ce qu'est un contrat à durée indéterminée.

○ **Motif additionnel de résiliation pour contrats à durée déterminée et indéterminée**

Nous sommes d'avis que le législateur devrait s'inspirer, en matière de contrats de services à exécution successive fournis à distance, des dispositions existantes en matière de contrats conclus à distance<sup>20</sup> afin de garantir aux consommateurs un droit de résiliation sans frais si le commerçant ne respectait pas ses obligations relatives à la divulgation obligatoire à la forme du contrat ou en cas de disparité entre le service offert et les renseignements initialement divulgués ou contenus au contrat.

Actuellement, ce droit de résiliation est conféré aux consommateurs qui concluent à distance des contrats de services à exécution successive fournis à distance, mais pas à ceux qui les concluent en personne.

---

<sup>20</sup> Article 54.8 a), c) et d) *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., chapitre P-40.1

Nous recommandons que la loi garantisse aux consommateurs un droit de résiliation sans frais si le commerçant ne respectait pas ses obligations relatives à la divulgation obligatoire à la forme du contrat ou en cas de disparité entre le service offert et les renseignements initialement divulgués ou contenus au contrat.

- **art. 214.9 (dépôt de garantie)**

Nous appuyons la mesure proposée. Nous estimons qu'un consommateur ne devrait pas être considéré en défaut d'exécuter ses obligations si le commerçant détient un dépôt de garantie.

- **art. 214.10 (obligation d'information en cas d'utilisation dépôt de garantie)**

Nous appuyons la mesure proposée. Il s'agit d'un renseignement indispensable qui doit être communiqué en temps opportun. Par ailleurs, notre droit prévoit qu'un commerçant a un devoir d'information envers ses cocontractants. Nous considérons donc que la disposition proposée précise à la Lpc l'application d'une obligation d'information prévue par notre droit civil.

- **art. 214.11 (obligation de remettre le dépôt de garantie)**

Option consommateurs se réjouit de cette mesure. De nombreux consommateurs oublient qu'ils ont versé un dépôt de garantie, notamment lorsqu'ils sont clients de la même entreprise depuis plusieurs années.

- **Disparition de la condition**

Toutefois, il conviendrait également que le dépôt versé par le consommateur lui soit remis si la condition ayant mené à l'exigence du dépôt est disparue après un délai raisonnable qui demeure à déterminer. Cette exigence prend plus particulièrement son importance dans le cas où le consommateur a conclu un contrat à durée indéterminée. Par

exemple, le législateur pourrait s'inspirer des conditions de service d'électricité d'Hydro-Québec qui stipulent que :

9.6 Le client, dont l'abonnement est à des fins d'usage domestique et qui a versé un dépôt en argent ou une garantie de paiement, a droit au remboursement de ce dépôt ou de la garantie à l'échéance des 24 mois qui suivent le dépôt ou de la garantie sauf si, pendant cette période, il a payé plus d'une facture d'électricité après l'échéance. Dans ce cas, le dépôt ou la garantie peut être conservé pour une nouvelle période de 24 mois.<sup>21</sup>

Nous recommandons que les dépôts de garantie puissent être remis aux consommateurs avant la fin du contrat. Nous recommandons également que le consommateur puisse choisir la façon dont il sera remboursé. En effet, si un crédit sur les sommes dues peut plaire à certains consommateurs, d'autres préféreront recevoir un chèque, surtout si le dépôt représente une somme substantielle.

- **Droit au remboursement des intérêts**

Comme l'entreprise touche de l'intérêt sur les dépôts de sécurité, nous suggérons que ces dépôts soient remboursables avec intérêts. Encore une fois, le législateur pourrait s'inspirer des conditions de service d'électricité d'Hydro-Québec qui stipulent que :

9.4 Tout dépôt en argent porte intérêt, pour les 12 mois qui suivent le 1<sup>er</sup> avril d'une année, selon le « *taux applicable aux dépôts* » prévu aux tarifs d'électricité.

L'intérêt se calcule au 31 mars de chaque année et il est payable avant le 1<sup>er</sup> juin de chaque année ; si le dépôt est remboursé, l'intérêt se calcule jusqu'à la date de remboursement et il est payable à cette date.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Conditions de service d'électricité d'Hydro-Québec, [http://www.hydroquebec.com/publications/fr/conditionsdeservice/pdf/conditions\\_service.pdf](http://www.hydroquebec.com/publications/fr/conditionsdeservice/pdf/conditions_service.pdf) En ligne 15-10-09

<sup>22</sup> Conditions de service d'électricité d'Hydro-Québec, [http://www.hydroquebec.com/publications/fr/conditionsdeservice/pdf/conditions\\_service.pdf](http://www.hydroquebec.com/publications/fr/conditionsdeservice/pdf/conditions_service.pdf) En ligne 15-10-09

Nous recommandons que les dépôts de garantie fournis par les consommateurs soient remboursés avec intérêts.

- **Proposition d'amélioration : Droit au relevé de compte détaillé**

Option consommateurs remarque que le projet de loi ne contient pas de mention quant aux relevés de compte des contrats de services à exécution successive fournis à distance. Nous croyons fermement que le législateur devrait ajouter à ce projet de loi des dispositions prévoyant le droit des consommateurs à des relevés de compte détaillés.

En effet, parmi l'important volume de plaintes que nous recevons chaque année en matière de télécommunications, certains consommateurs déplorent de devoir payer pour obtenir un relevé de compte précisant, par exemple, chacun des appels faits et les services utilisés au cours de la période de facturation.

Par exemple, Vidéotron demande à ses clients détenteurs de cellulaires de payer 3 \$ par mois pour le service optionnel de facturation détaillée. Sans cela, il leur est impossible de déceler les erreurs que le relevé de compte pourrait contenir et d'obtenir une réelle justification des sommes qui leur sont réclamées. Certains consommateurs se sont plaints de cette situation et nous ont indiqué qu'ils ont pu découvrir des erreurs et les faire corriger seulement après avoir obtenu un relevé de compte détaillé.

Par ailleurs, un nombre important de consommateurs se plaint des erreurs fréquentes et économiquement importantes contenues dans leur relevé de compte. C'est pourquoi il nous semble primordial que notre droit garantisse aux consommateurs l'accès à des renseignements aussi essentiels sans avoir à déboursé de frais supplémentaires.

Pour ce faire, nous recommandons d'adopter un régime inspiré de celui qui existe dans le domaine des cartes de crédit quant au devoir du commerçant de fournir un état de compte détaillé à ses clients et à la façon dont le consommateur peut faire corriger les erreurs de facturation.<sup>23</sup>

**art. 11 (modification de l'article 224 Lpc – internalisation des coûts)**

Nous accueillons très favorablement cette proposition. Nous considérons qu'il est important d'adopter une telle disposition puisqu'elle favorisera une meilleure transmission de l'information et une plus grande transparence dans les relations entre les consommateurs et les commerçants. Elle permettra ainsi d'assainir la concurrence entre les commerçants.

Option consommateurs estime primordial que les consommateurs soient correctement informés du prix réel qu'ils devront déboursier pour se procurer un bien ou un service. Pour ce faire, il est important de s'assurer que le prix soit affiché de façon prédominante. D'ailleurs, cette exigence existe déjà dans d'autres domaines tels que le voyage<sup>24</sup> et l'industrie pétrolière.

Cependant, Option consommateurs s'inquiète du choix de l'expression « droits exigibles en vertu d'une loi fédérale ou provinciale ». Option consommateurs se demande pourquoi on a opté pour une formulation différente de celle prévue dans le *Règlement sur les agents de voyages*<sup>25</sup>. En effet, l'article 14.1 du *Règlement sur les agents de voyages* prévoit que les agents de voyage doivent publiciser le coût total des services de voyages offerts et exclut nommément la « taxe de vente du Québec » et la « taxe sur les produits et services du Canada ».

---

<sup>23</sup> Articles 94 à 97 *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., chapitre P-40.1

<sup>24</sup> art. 14.1, *Règlement sur les agents de voyages*. R.R.Q., 1981, c. A-10, r. 1. al 3 : « (...)Aux fins du présent article, le coût total des services peut ne pas comprendre la taxe de vente du Québec, ni la taxe sur les produits et services du Canada, ni le coût de la contribution des clients au Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages. »

<sup>25</sup> R.R.Q., 1981, c. A-10, r. 1.

Option consommateurs s'inquiète de l'impact de ce choix, notamment parce que deux acteurs de l'industrie du voyage – les transporteurs aériens et les agents de voyages – pourraient faire leur publicité différemment, perpétuant le déséquilibre concurrentiel existant. En effet, les transporteurs aériens agissent à titre d'agent perceuteur du droit de sécurité imposé par la couronne fédérale<sup>26</sup>. Telle que rédigée, la disposition permettrait donc aux transporteurs d'exclure cette taxe du prix publicisé, alors que les agents de voyage devraient toujours l'inclure. De plus, elle permettrait d'exclure de la publicité toute autre taxe ou droit qui seront mis en place à l'avenir par les gouvernements fédéraux et provinciaux. Afin de faciliter la tâche des consommateurs et de leur éviter de mauvaises surprises, Option consommateurs estime que le prix mis en évidence dans la publicité doit être le plus près possible du montant qui sera ultimement déboursé.

Option consommateurs recommande de modifier le libellé de l'article 224 comme suit :  
« Aux fins du paragraphe c du premier alinéa, le prix annoncé doit comprendre le total des sommes que le consommateur devra déboursier pour l'obtention du bien ou du service. Toutefois, ce prix peut ne pas comprendre la taxe de vente du Québec, ni la taxe sur les produits et services du Canada ».

#### **art. 12 (modification de l'article 230 Lpc : interdiction de l'opt-out)**

Option consommateurs accueille favorablement l'adoption du paragraphe 230 c).

Nous avons observé la problématique visée par cette disposition, notamment dans le cadre de contrats de télécommunications et de crédit. Il s'agit d'une forme de la vente par inertie particulièrement pernicieuse, car il peut s'écouler de nombreux mois avant que les consommateurs ne réalisent qu'ils paient pour un service qu'ils n'ont pas demandé et dont ils n'ont peut-être pas besoin. C'est pourquoi nous sommes d'accord avec la modification de l'article 230 L.p.c. proposée.

---

<sup>26</sup> art. 11, 14-15, *Loi sur le droit pour la sécurité des passagers du transport aérien*, 2002, ch. 9, art. 5,  
URL : <http://lois.justice.gc.ca/fr/ShowFullDoc/cs/A-10.5//20091015/fr>

**art 13 (modification de l'article 266 LPC).**

Il s'agit d'une modification de concordance qui prend en considération la modification proposée à l'article 316. Nous accueillons favorablement cette proposition.

**art. 14 (modification de l'art. 316 LPC : droit des organismes de protection des consommateurs de demander une injonction)**

Nous accueillons favorablement cette proposition.

En effet, il est essentiel que l'on reconnaisse la capacité des associations de consommateurs d'agir en justice au nom de l'intérêt collectif des consommateurs rendant ainsi effectifs certains droits reconnus. En effet, la possibilité d'agir en amont afin de faire cesser une pratique commerciale ou de supprimer une clause contractuelle contrevenant à la LPC contribuerait à améliorer l'accès à la justice.

Par ailleurs, notre expérience démontre que les recours collectifs ont parfois un impact limité. En effet, à l'heure actuelle, une association de consommateurs ne peut tenter un recours collectif que si l'un de ses membres a subi un dommage<sup>27</sup>. En outre, depuis l'arrêt Agropur<sup>28</sup>, l'association ne peut poursuivre que les entreprises avec lesquelles le membre désigné a un lien contractuel. Ainsi, le recours en injonction proposé permettrait aux associations de consommateurs d'intervenir par le biais d'une procédure rapide et de poursuivre tous les contrevenants améliorant ainsi la protection des consommateurs. Nous estimons, par ailleurs, que cette procédure pourrait entraîner une diminution du nombre de recours collectifs. Elle permettrait d'assurer une protection proactive des

---

<sup>27</sup> 1048 du Cpc.

<sup>28</sup> *Bouchard c. Agropur Coopérative*, 2006 QCCA 1342, voir para 101 et ss. : Dans cette cause, la Cour d'appel a indiqué qu'un consommateur seul n'a pas l'intérêt requis pour poursuivre tous les intimés bien qu'ils aient tous adopté la même pratique commerciale. En fait, le consommateur a intérêt d'agir seulement contre une entreprise, celle avec laquelle il a un lien de droit. Elle indique qu'il est nécessaire qu'un représentant établisse une cause d'action contre chacune des parties visées par le recours.

consommateurs sans qu'il soit nécessaire de compter sur les recours collectifs pour réclamer rétroactivement des dommages-intérêts punitifs en cas de préjudice.

○ **Problème du financement de cette procédure**

Néanmoins, nous estimons indispensable que les associations de consommateurs puissent bénéficier d'une aide financière pour agir au nom de l'intérêt collectif. Sans une telle aide, elles risquent de ne pas pouvoir se prévaloir de leur capacité d'agir au nom de la collectivité, faute de ressources financières.

Il faudrait donc mettre en place des mesures afin d'aider les groupes de consommateurs à financer ces procédures devant les tribunaux. Ainsi, plusieurs mesures sont envisageables. Nous en énoncerons quelques-unes sans en recommander une plutôt qu'une autre. Cette aide pourrait prendre la forme d'un financement offert par un organisme, comme le Fonds d'aide aux recours collectifs. Ainsi, les avocats pourraient se faire avancer une partie des fonds nécessaires pour mener à terme un tel recours comme c'est le cas pour les recours collectifs. Cette aide financière pourrait également prendre la forme d'une provision pour frais<sup>29</sup>. Ainsi, la partie poursuivie pourrait se faire ordonner par le tribunal de payer une provision pour frais lorsque l'association de consommateurs fait la preuve *prima facie* du bien fondé de son action en injonction. On pourrait prévoir que cette provision puisse être créditée sur le total des honoraires extrajudiciaires et des dépens que la partie poursuivie pourrait avoir à payer en cas de succès de la procédure.

Compte tenu de ce qui précède, Option consommateurs recommande la mise sur pied d'un groupe de travail multipartite qui aurait pour mandat d'étudier en profondeur cette question.
--

---

<sup>29</sup> De telles provisions pour frais sont prévues notamment au recours de l'article 241 *Loi canadienne sur les sociétés par actions* (L.R., 1985, ch. C-44), à l'article 54.3 *Code de procédure civile*, L.R.Q., chapitre C-25, etc.



**art. 15,16, 29 (modification des articles 325, 329 et ajout de l'article 14.1 de la Loi sur le recouvrement de certaines créances)**

Nous accueillons favorablement cette proposition puisqu'elle aura pour effet d'améliorer par ce moyen simple et économique le pouvoir d'intervention du président de l'Office de la protection du consommateur.

**art. 17 (modification de l'article 350)**

Option consommateurs appuie les modifications proposées. Nous appuyons notamment la proposition qui accorde au gouvernement le pouvoir d'instituer des fonds d'indemnisation. En effet, nous estimons que cela pourrait être très utile afin d'assurer une meilleure protection financière des consommateurs. Nous appuyons également la proposition qui permettra au gouvernement de déterminer par règlement les stipulations interdites dans un contrat. Nous estimons qu'il s'agit d'un moyen simple et efficace d'assurer au gouvernement le pouvoir d'interdire les clauses abusives qu'il aura identifiées et qui sont illégales en vertu de notre droit civil<sup>30</sup>.

**art. 30 et 31 (dispositions transitoires)**

Nous appuyons les dispositions transitoires proposées. Cependant, nous proposons une modification. Nous vous référons à notre commentaire effectué sous l'article 214.3.

**Conclusion**

La démarche dans laquelle la ministre de la justice s'est engagée est un pas dans la bonne direction pour la protection des consommateurs et elle peut compter sur la collaboration d'Option consommateurs pour les étapes qui suivront.

---

<sup>30</sup> art. 1437 C.c.Q.