

Prévoir l'imprévu
Les mesures d'indemnisation des consommateurs
lors d'événements catastrophiques

RAPPORT DE RECHERCHE

Option consommateurs a reçu du financement en vertu du Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada ou du gouvernement du Canada.

La reproduction de ce rapport, en tout ou en partie, est autorisée, à condition que la source soit mentionnée. Sa reproduction ou toute allusion à son contenu à des fins publicitaires ou lucratives sont toutefois strictement interdites.

Rédigé par Alexandre Plourde

Option consommateurs
50, rue Sainte-Catherine Ouest, bureau 440
Montréal (Québec)
H2X 3V4
Téléphone : 514 598-7288
Télécopieur : 514 598-8511

Courriel : info@option-consommateurs.org
Site Internet : www.option-consommateurs.org

À propos d'Option consommateurs

Option consommateurs est une association à but non lucratif qui a pour mission d'aider les consommateurs et de défendre leurs droits.

Option consommateurs informe les consommateurs qui ont une mésentente avec un commerçant, les reçoit en consultation budgétaire et donne des séances d'information sur le budget, l'endettement, le droit de la consommation et la protection de la vie privée. Chaque année, nous réalisons des recherches sur des enjeux de consommation d'importance. Nous intervenons également auprès des décideurs et des médias pour dénoncer des situations inacceptables.

Pour faire changer les choses, les actions d'Option consommateurs sont multiples : recherches, actions collectives et pressions auprès des instances gouvernementales et des entreprises. Vous pouvez nous aider à en faire plus en soutenant Option consommateurs. Pour plus d'information : www.option-consommateurs.org.

Table des matières

Remerciements	5
Résumé	6
Introduction	7
Objectifs et méthodologie de la recherche	7
1. Contexte	9
1.1. Des imprévus de plus en plus prévisibles.....	9
1.2. Les mesures d'indemnisation lors de la pandémie de Covid-19.....	10
1.2.1. La longue impasse du remboursement des passagers aériens	10
1.2.2. Des mesures variables selon les secteurs	12
1.2.3. Les autres recours à la disposition des consommateurs	14
1.3. Des commerçants en mode survie	16
2. Covid-19 : la perspective des consommateurs	18
2.1. Retour sur les expériences des consommateurs	18
2.1.1. Des solutions satisfaisantes	18
2.1.2. Des problèmes non résolus	19
2.2. Un processus pénible	19
2.2.1. Des démarches multiples.....	20
2.2.2. Des délais interminables.....	20
2.2.3. Des problèmes de communication.....	21
2.3. Opinions et perceptions des consommateurs	21
2.3.1. Une nette préférence pour le remboursement.....	21
2.3.2. Des consommateurs compréhensifs.....	22
2.3.3. Droits et perspectives	23
3. Les politiques des entreprises	24
3.1. Un manque de clarté.....	26
3.2. Le méli-mélo des annulations	26
3.2.1. Transporteurs aériens.....	26
3.2.2. Chaînes d'hôtels.....	27
3.2.3. Intermédiaires de voyages.....	27
3.2.4. Plateformes de vente de billets	29
3.2.5. Centres de conditionnement physique	30
3.2.6. Stations de ski	30
3.3. Des obstacles au remboursement.....	31
3.3.1. Payer pour être remboursé	31
3.3.2. Des assurances... avec des exclusions.....	32
3.3.3. Des billets non transférables	33
3.3.4. Des recours interdits.....	33
4. La loi et les événements catastrophiques	35
4.1. Les principes généraux du droit	35
4.1.1. En droit civil : une obligation de remboursement	35
4.1.2. En common law : une prépondérance au contenu du contrat.....	36
4.2. Un cadre de protection du consommateur morcelé	38
4.2.1. Au fédéral : le transport aérien.....	38

4.2.2. Au provincial : achats par Internet, agences de voyages, revente de billets.....	39
4.3. Quelques cas particuliers	40
4.3.1. Le consommateur qui choisit d'annuler un service	40
4.3.2. La prestation différente ou reportée	41
4.3.3. L'épineuse question de la responsabilité des intermédiaires	43
4.3.4. Les représentations trompeuses ou incomplètes	44
4.3.5. Les clauses et les frais illégaux.....	45
5. Regard sur l'étranger	47
5.1. États-Unis	47
5.2. Europe	49
5.2.1. Dans l'Union européenne	49
5.2.2. Dans trois États membres : France, Italie et Belgique	50
Conclusion et recommandations	52
Annexe 1 – Guide de discussion (version française)	55
Annexe 2 – Guide de discussion (version anglaise)	63

Remerciements

Cette recherche a été réalisée par Alexandre Plourde, avocat et analyste à Option consommateurs.

L'auteur tient à remercier les employés, stagiaires et bénévoles qui œuvrent à Option consommateurs et qui, de près ou de loin, ont collaboré à cette recherche. Il tient particulièrement à remercier Marie-Sophie Dromer, Carolina Munoz, Sophie Poirier et Nawal Sassi, étudiantes en droit à l'Université de Montréal, pour leur soutien dans la recherche juridique.

Une part appréciable de cette recherche repose sur des entrevues avec des experts du domaine de la consommation et de l'industrie des services. L'auteur tient à exprimer sa reconnaissance à tous ces experts qui ont généreusement accepté de lui accorder une entrevue.

L'auteur remercie également toutes les personnes qui ont participé à la révision de ce rapport. Il tient à mentionner Bruno Marien, sociologue et chargé de cours à la Faculté de science politique et de droit de l'Université du Québec à Montréal, pour son soutien méthodologique, ainsi que Jean-Pierre Beaud, professeur à la même faculté, pour avoir évalué le rapport. Enfin, l'auteur remercie Marie-Thérèse Duval pour la révision du texte et Roy Cartlidge pour sa traduction en anglais.

Résumé

Lors de la pandémie de Covid-19, de nombreux commerçants dans l'impossibilité de fournir des services en raison des mesures sanitaires ont refusé de rembourser les consommateurs, préférant émettre des bons d'achat différé, prolonger la durée des abonnements ou, dans le cas d'événements, offrir un report. À travers l'expérience de la pandémie de Covid-19, cette recherche vise à mieux comprendre les enjeux soulevés par les mesures d'indemnisation que les commerçants offrent lors d'événements catastrophiques.

En groupes de discussion, les consommateurs ont majoritairement rapporté avoir pu obtenir une indemnité satisfaisante des commerçants lors de la pandémie. Cependant, ils déplorent avoir dû composer avec des délais interminables, un manque d'information chronique de la part des entreprises et d'importantes difficultés de communication. De plus, des consommateurs affirment avoir perdu des sommes dans différents scénarios, notamment lorsqu'ils ont choisi d'annuler un achat alors que l'entreprise était en mesure de fournir le service. Sans équivoque, les consommateurs veulent avoir l'option d'obtenir un remboursement, même s'ils se montrent compréhensifs envers les entreprises qui éprouvent des difficultés.

Les modalités d'achat des entreprises en matière de remboursement manquent parfois de clarté et varient selon les secteurs. En particulier, les plateformes en ligne d'achat de services de voyages ou de billets tendent à exclure leur responsabilité dans la transaction et s'en remettent au fournisseur de service final pour déterminer les droits du consommateur. Par ailleurs, certaines entreprises stipulent des clauses qui pourraient entraver la possibilité des consommateurs d'être pleinement compensés en cas d'événement catastrophique, notamment en les autorisant à retenir des frais sur le montant remis, en offrant des assurances comportant des exclusions, en interdisant aux consommateurs de transférer leur droit d'accès au service ou carrément en leur interdisant de faire valoir certains de leurs recours légaux.

Si le droit canadien prévoit le remboursement des consommateurs lorsqu'une prestation est impossible à réaliser, il tend néanmoins à favoriser la stabilité des contrats et le maintien de la tenue d'une prestation, même si elle doit se réaliser de manière fort différente. Les lois de protection du consommateur offrent çà et là des mécanismes d'annulation pour le consommateur, mais ces dispositions disparates sont morcelées selon les juridictions et selon les types de transactions, sans véritable régime d'ensemble. En outre, le droit n'apporte pas de solution pour des situations particulières révélées dans la foulée de la pandémie de Covid-19, notamment quant à la possibilité pour le consommateur de demander l'annulation d'un service lorsqu'il ne souhaite pas en bénéficier pour des raisons légitimes telles que des craintes pour sa santé. Contrairement à d'autres États dans le monde, le Canada s'est par ailleurs montré peu interventionniste dans les relations contractuelles lors de la pandémie.

En raison des changements climatiques, des événements catastrophiques risquent de se produire plus fréquemment et avec une intensité plus forte à l'avenir. En conséquence, l'option consommateurs recommande l'instauration d'un régime de protection des consommateurs applicable à la suite d'événements catastrophiques, prévoyant notamment des droits d'annulation et de remboursement élargis pour le consommateur, l'imposition de délais précis pour indemniser ce dernier, ainsi que l'interdiction d'imposer des frais lors du versement d'un remboursement.

Introduction

La pandémie de Covid-19 a eu des répercussions profondes sur l'ensemble de l'économie canadienne. L'entrée en vigueur des mesures sanitaires visant à freiner la propagation de la maladie, en particulier la fermeture de commerces non essentiels et les restrictions aux voyages, a complètement bouleversé la fourniture de services dans de nombreux domaines dont le transport, l'hébergement, la restauration ainsi que les arts et les loisirs¹.

Pour les consommateurs, de nombreux problèmes ont émergé dans ce contexte pandémique. En raison de la rupture des chaînes d'approvisionnement, on a assisté à des pénuries², à des retards de livraison³ et même à des situations d'augmentation abusive des prix⁴. La pandémie a également propulsé d'autres pratiques commerciales touchant les consommateurs, telles que l'instauration de « frais covid »⁵, le refus de l'argent comptant⁶ et la transition vers le commerce en ligne⁷.

La présente recherche se concentre sur un problème spécifique : les mesures d'indemnisation offertes aux consommateurs lorsque des services ne pouvaient être rendus par les commerçants en raison des mesures sanitaires en vigueur. Plusieurs entreprises, privées de revenus, ont refusé de rembourser les consommateurs, préférant émettre des bons d'achat différé, prolonger la durée des abonnements ou, dans le cas d'événements sportifs ou culturels, offrir un report. Ces pratiques, inédites à une si large échelle, ont été source de vives critiques du public et ont fait l'objet d'une attention importante des médias.

Objectifs et méthodologie de la recherche

À travers l'expérience de la pandémie de Covid-19, cette recherche vise à mieux comprendre les enjeux soulevés par les mesures d'indemnisation qu'offrent les commerçants lors d'événements catastrophiques.

Quelles ont été les mesures d'indemnisation offertes aux consommateurs par les commerçants canadiens pendant la pandémie de Covid-19? Pourquoi les commerçants ont-ils opté pour ces

¹ Wulong GU, *Répercussions économiques de la pandémie de COVID-19 sur les entreprises canadiennes de toutes les catégories de taille*, Statistique Canada, No 11-626-X au catalogue — 2020017 - No 119, 19 août 2020.

² Jacques NANTEL, *S'en sortir! Notre consommation entre pandémie et crise climatique*, Somme toute, 2022, p. 31; Éric DESROSIERS, *Quand les chaînes d'approvisionnement sautent*, Le Devoir, 8 janvier 2022.

³ Émile GAGNON, *Les consommateurs devront s'armer de patience*, Le Quotidien, 26 juin 2021.

⁴ GOUVERNEMENT DE L'ONTARIO, *Ontario Protecting Consumers from Price Gouging*, communiqué de presse, 20 mars 2020; Doug SCHMIDT, *Canada's first COVID-19 'price gouging' lawsuit filed in Windsor*, Windsor Star, 23 avril 2020.

⁵ Roxane TRUDEL, *Déménagement: attention aux «frais COVID-19»*, rappelle l'OPC, Journal de Montréal, 29 juin 2020; Maud CUCCHI, *Les commerçants peuvent-ils ajouter des « frais COVID » à votre facture?*, Radio-Canada, 26 juin 2020.

⁶ BANQUE DU CANADA, *Mise à jour : La Banque du Canada demande aux détaillants de continuer à accepter l'argent comptant*, 28 mai 2020, <https://www.banqueducanada.ca/2020/05/banque-canada-demande-detaillants-continuer-accepter-argent/>; Jean-Michel GENOIS GAGNON, *COVID-19: Bannir l'argent comptant va faire mal aux plus démunis*, Journal de Montréal, 20 mars 2020.

⁷ André LÉONARD et Sarah LEMELIN-BELLEROSE, *Impacts de la COVID-19 sur certains secteurs de l'économie canadienne*, Notes de la Colline, Bibliothèque du Parlement, 8 avril 2020.

mesures? Quels sont les avantages et inconvénients de ces mesures? Quels sont les impacts sur les consommateurs, leurs expériences et leurs opinions? Que prévoient les contrats des commerçants canadiens en cas d'événement catastrophique? Le droit canadien est-il adapté à ces enjeux? Qu'en est-il à l'étranger?

Afin de trouver des pistes de réponse à ces questions, nous avons déployé une méthodologie en plusieurs volets. D'abord, une revue de la littérature et des médias nous a permis de faire le portrait des mesures d'indemnisation qui ont été offertes aux consommateurs pendant la pandémie de Covid-19 (section 1). Nous avons ensuite tenu six groupes de discussion avec des consommateurs canadiens pour recueillir leur point de vue (section 2). Nous nous sommes subséquemment penchés sur les conditions d'utilisation de 40 commerçants afin de connaître les modalités applicables dans ces situations (section 3). Enfin, nous avons analysé le cadre juridique applicable aux situations d'annulation de services en cas d'événement catastrophique, au Canada et à l'étranger (sections 4 et 5).

Pour nous éclairer dans notre analyse, nous avons également sollicité des entrevues avec des experts du domaine de la consommation et de l'industrie des services, ainsi qu'avec des représentants des entreprises⁸. Nous avons interviewé Jacob Charbonneau, président et cofondateur de Volenretard.ca, Michelle Cumyn, professeure de droit à l'Université Laval, Brian H. Bix, professeur de droit à University of Minnesota, Jason Kerr, directeur des relations gouvernementales au CAA, Gábor Lukács, président de l'organisme Air Passenger Rights, Jérémie Torres-Ceyte, professeur à l'Université de Montréal, ainsi que Marc-Antoine Vachon, titulaire de la Chaire de tourisme Transat de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal. De plus, des représentants du Centre européen des consommateurs (France) ont accepté de répondre à nos questions.

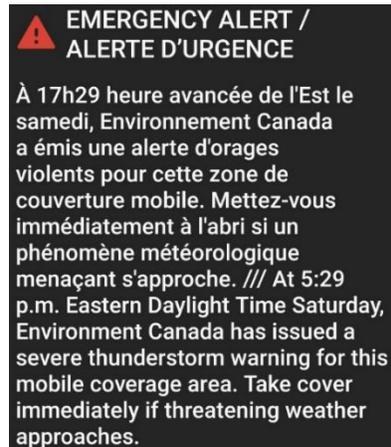
⁸ Nous avons sollicité des entrevues auprès de l'ensemble des entreprises faisant partie de notre sélection pour les fins de l'analyse des contrats (voir section 3) de même qu'auprès de regroupements d'entreprises. Tous ont refusé ou laissé sans réponse nos demandes d'entrevue, à l'exception de la chaîne de centres de conditionnement physique Éconofitness.

1. Contexte

1.1. Des imprévus de plus en plus prévisibles

Épidémies, vagues de chaleur, sécheresses, inondations, ouragans, feux de forêts... En raison de l'impact des activités humaines sur l'environnement, des événements catastrophiques⁹ similaires à la pandémie de Covid-19 risquent de devenir de plus en plus courants au cours des prochaines décennies.

Selon un rapport de l'IPBES, non seulement les pandémies surviendront-elles plus souvent, mais elles causeront davantage de pertes économiques et feront davantage de victimes¹⁰. Cette hausse s'explique notamment par la déforestation et la construction d'infrastructures empiétant sur les milieux naturels, qui multiplient nos interactions avec la faune et augmentent d'autant le risque de transmission de nouveaux virus à l'humain¹¹.



Exemple d'alerte d'orage violent dans la région de Montréal (21 mai 2022). Selon le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), les événements météorologiques extrêmes risquent de se multiplier au cours des prochaines années¹².

⁹ Dans le présent rapport, nous emploierons indistinctement les expressions « événement catastrophique », « force majeure » et « cas fortuit » pour désigner une situation imprévisible et irrésistible qui fait en sorte d'entraver la capacité d'un commerçant à fournir les services payés par les consommateurs. On peut ainsi penser à des pandémies, mais également à des désastres naturels. Cette définition s'inspire du concept de « force majeure » en droit civil (voir section 4.1.1).

¹⁰ INTERGOVERNMENTAL SCIENCE-POLICY PLATFORM ON BIODIVERSITY AND ECOSYSTEM SERVICES, *Workshop Report on Biodiversity and Pandemics of the Intergovernmental Platform on Biodiversity and Ecosystem Services*, IPBES, 2020.

¹¹ *Id.*

¹² INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE (IPCC), *Climate Change 2021: The Physical Science Basis*, Cambridge University Press, 2021, p. 15-19.

Les risques de désastres naturels sont également croissants. Selon un rapport de l'ONU, on a assisté à une hausse considérable d'événements météorologiques extrêmes au cours des vingt dernières années¹³. De 2000 à 2019, le rapport dénombre 7 348 désastres naturels de par le monde, entraînant des pertes de 2,97 trillions de dollars américains; en comparaison, les vingt années précédentes (1980 à 1999) n'ont connu que 4 212 désastres naturels¹⁴. La multiplication de ces événements catastrophiques s'explique, encore là, par l'activité humaine et les changements climatiques qu'elle entraîne.

En somme, la pandémie de Covid-19 n'était peut-être qu'un prélude à d'autres événements catastrophiques, qui surviendront plus fréquemment dans le futur. Il y a donc tout lieu de tirer des leçons de cette crise et de mieux cerner les enjeux qu'elle a soulevés afin d'adapter le droit et les pratiques commerciales à cette nouvelle réalité.

1.2. Les mesures d'indemnisation lors de la pandémie de Covid-19

À partir de mars 2020, les gouvernements au Canada ont décrété la fermeture de nombreux types de commerces non essentiels afin de limiter la propagation de la Covid-19. Ces fermetures, en vigueur pour des périodes discontinues, ont été complétées par d'autres types de restrictions, notamment quant au nombre de personnes autorisées à participer à certains types d'activités.

Dans l'incapacité de fournir comme convenu les services, de nombreux commerçants ont offert à leurs clients des mesures d'indemnisation¹⁵ telles que des crédits, sans toutefois leur offrir un remboursement. Le transport aérien fut sans contredit le secteur emblématique quant à ces pratiques commerciales (section 1.2.1). Toutefois, des pratiques similaires ont été observées dans bien d'autres types d'entreprises (section 1.2.2). En outre, face au refus de certains commerçants de redonner l'argent reçu, les consommateurs ont également cherché à se tourner vers d'autres intervenants pour obtenir compensation (section 1.2.3).

1.2.1. La longue impasse du remboursement des passagers aériens

En raison des restrictions sanitaires décrétées à partir de mars 2020, des millions de Canadiens ont vu leurs plans de voyage tomber à l'eau¹⁶. Les transporteurs aériens ont initialement offert à ces consommateurs un crédit, qu'ils pouvaient utiliser pour acheter un nouveau billet à l'intérieur d'un délai s'étendant généralement sur deux ans.

¹³ CENTRE FOR RESEARCH ON THE EPIDEMIOLOGY OF DISASTERS et UNITED NATIONS OFFICE FOR DISASTER RISK REDUCTION, *The human cost of disasters: an overview of the last 20 years (2000–2019)*, 2020, p. 6-7.

¹⁴ *Id.*

¹⁵ Dans le présent rapport, nous entendons par « mesure d'indemnisation » toute mesure visant à compenser un consommateur qui n'a pu recevoir un service, ce qui inclut un remboursement, un crédit, un report ou toute autre formule.

¹⁶ Selon l'organisme Air Passenger Rights, 3 870 000 consommateurs au Canada auraient été touchés par les annulations de vols en date du 30 septembre 2020. Voir : AIR PASSENGER RIGHTS, *Retenue du remboursement aux passagers : un impair à dessein*, Mémoire présenté au Comité permanent des transports, de l'infrastructure et des collectivités de la Chambre des communes, février 2021, p. 7.

Cette pratique a suscité un large mécontentement chez les consommateurs, qui souhaitent plutôt récupérer leur argent. En octobre 2020, l'Office des transports du Canada (OTC) avait reçu près de 10 000 plaintes de consommateurs relatives aux annulations de vols¹⁷. Alors que plusieurs juridictions dans le monde réaffirmaient le droit des passagers aériens d'obtenir un remboursement¹⁸, nombre d'intervenants publics ont déploré la lenteur du gouvernement canadien à agir et le défaut de l'OTC d'exiger le remboursement des passagers¹⁹.

Une forte mobilisation de la société civile s'en est suivie. Des actions collectives visant les transporteurs ont été intentées²⁰. Des pétitions lancées par des groupes de défense des consommateurs ont récolté des dizaines de milliers de signatures²¹. Un projet de loi fédéral a été déposé pour réaffirmer le droit au remboursement des passagers²². Le Comité permanent des transports de la Chambre des communes s'est également penché sur la question; son rapport recommandait notamment qu'un soutien public de l'industrie soit conditionnel au remboursement des passagers et que le cadre juridique soit modifié pour garantir le remboursement des consommateurs²³.

L'impasse s'est finalement dénouée après plus d'un an d'attente des consommateurs. D'abord, à partir d'avril 2021, le gouvernement fédéral a conclu des ententes à la pièce avec les transporteurs aériens les plus importants au pays²⁴. En échange d'un soutien financier du gouvernement, chaque transporteur s'engageait à rembourser les clients qui en faisaient la demande; cependant, puisque les remboursements n'étaient pas automatiques et qu'ils devaient être réclamés dans des délais stricts, certains consommateurs n'ont pas été en mesure

¹⁷ Ashley BURKE, *Grounded travellers call on government to force airlines to issue refunds for cancelled flights*, CBC News, 22 mai 2020. À l'étranger, on a observé une hausse similaire. Aux États-Unis, le département des Transports a enregistré 102 550 plaintes en 2020, une augmentation de 500 % par rapport à 2019. Voir : THE OFFICE OF AVIATION CONSUMER PROTECTION, *Air Travel Consumer Report*, Department of Transportation, février 2021, p. 63-64. Au Royaume-Uni, la Competition & Markets Authority a reçu également des milliers de plaintes, dont les trois quarts visent le secteur aérien et des vacances. Voir : COMPETITION & MARKETS AUTHORITY, *Protecting consumers during the coronavirus (COVID-19) pandemic: update on the work of the CMA's Taskforce*, 21 mai 2020, <https://www.gov.uk/government/publications/cma-coronavirus-taskforce-update-21-may-2020/protecting-consumers-during-the-coronavirus-covid-19-pandemic-update-on-the-work-of-the-cmas-taskforce>

¹⁸ Ce fut notamment le cas dans l'Union européenne et aux États-Unis (voir section 5).

¹⁹ Vance BADAWEY et al., *Sortir de la crise : une étude de l'impact de la pandémie de Covid-19 sur le secteur du transport aérien*, Rapport du Comité permanent des transports, de l'infrastructure et des collectivités, juin 2021, p. 30-31, 36-39; Ashley BURKE, *Grounded travellers call on government to force airlines to issue refunds for cancelled flights*, CBC News, 22 mai 2020.

²⁰ Voir notamment : *Lachaine c. Air Transat AT inc.*, 2021 QCCS 2305; *Donaldson c. Swoop Inc.*, 2020 CF 1089

²¹ *Pétition au gouvernement du Canada*, e-2604 (Transport), Chambre des communes du Canada, <https://petitions.noscommunes.ca/fr/Petition/Details?Petition=e-2604>; *Refund for Airline Travel (COVID-19)*, Change.org, <https://www.change.org/p/air-canada-refund-for-airline-travel-covid-19>.

²² *Loi modifiant la Loi sur les transports au Canada (remboursement — service aérien annulé)*, projet de loi C-249 (23 octobre 2020), 2^e sess., 43^e légis., 69 Elizabeth II.

²³ Vance BADAWEY et al., *Sortir de la crise : une étude de l'impact de la pandémie de Covid-19 sur le secteur du transport aérien*, Rapport du Comité permanent des transports, de l'infrastructure et des collectivités, juin 2021, p. 5-7.

²⁴ LA PRESSE CANADIENNE, *Après Air Canada: d'autres clients attendent un remboursement*, Les Affaires, 14 avril 2021. Des sommes ont été versées à Air Canada (1,4 G \$), Air Transat (310 M \$), Sunwing (100 M \$) et Porter (20,5 M \$). Pour sa part, le transporteur Westjet a pris l'initiative de rembourser ses clients sans recevoir d'argent public. Voir : Isabelle DUBÉ et Julien ARSENAULT, *On peine à retracer les voyageurs non remboursés*, La Presse, 30 mai 2022.

de récupérer leur argent²⁵. Ensuite, en 2022, au terme de consultations avec les parties prenantes, le *Règlement sur la protection des passagers aériens* a été modifié afin de garantir à l'avenir un droit au remboursement lorsque le transporteur doit annuler des vols pour des raisons hors de son contrôle (voir section 4.2.1).

1.2.2. Des mesures variables selon les secteurs

Outre le transport aérien, les consommateurs ont rencontré des écueils auprès d'autres types d'entreprises. Bien que les mesures d'indemnisation offertes varient selon les commerçants et les situations, certaines tendances ont pu être observées dans de grands secteurs d'activités.

Comme dans le domaine aérien, plusieurs entreprises canadiennes ont offert aux consommateurs des crédits (aussi appelés « bons d'achat ») qui pourraient être échangés plus tard contre un autre service de valeur équivalente. Ce fut le cas dans le secteur événementiel, où de grands distributeurs de billets ont initialement imposé l'octroi de crédits aux consommateurs dont le spectacle était annulé²⁶. Des stations de ski ont également offert aux détenteurs de passes un crédit pour l'achat d'une autre passe, à la saison suivante²⁷.

Dans d'autres cas, des commerçants ont plutôt choisi de reporter la fourniture de la prestation à plus tard. Dans le secteur des sports et des loisirs, plusieurs centres de conditionnement physique ont proposé aux consommateurs de prolonger la durée de leur abonnement pour l'équivalent du temps perdu pendant la fermeture de l'établissement²⁸. Dans le secteur événementiel, plusieurs entreprises ont refusé de rembourser des billets pour des spectacles qui étaient remis à plus tard, arguant que le consommateur pourrait simplement se présenter à la nouvelle date²⁹.

Pour inciter les consommateurs à accepter un crédit ou un report, des entreprises ont offert un rabais ou un incitatif financier aux consommateurs qui se prévalaient de cette option. Par exemple, Éconofitness ajoutait 30 jours supplémentaires à l'abonnement de ses clients qui acceptaient de poursuivre leurs paiements mensuels « en guise de remerciement pour leur

²⁵ Face à ces difficultés, Air Canada a même prolongé le délai de réclamation. Voir : AIR CANADA, *Air Canada prolonge de 30 jours sa politique de remboursement liée à la COVID-19*, communiqué, 10 juin 2021; Isabelle DUBÉ et Julien ARSENAULT, *On peine à retracer les voyageurs non remboursés*, La Presse, 30 mai 2022

²⁶ Dave SEGLINS, Laura CLEMENTSON et Sylvène GILCHRIST, *Live Nation/Ticketmaster decision to withhold refunds 'reprehensible,' say fans, members of Congress*, CBC News, 17 avril 2020; Pat FORAN, *Fans want refunds for cancelled concerts, not credits*, CTV News, 1^{er} juin 2020.

²⁷ Stephanie IP, *COVID-19: Whistler Blackcomb offers credit to pass holders, free insurance*, Vancouver Sun, 27 avril 2020; Erika ENGEL, *Blue Mountain Resort asks for patience as it works through refunds, deferrals*, Barrie Today, 22 décembre 2020.

²⁸ Nous avons trouvé des mentions à cet effet sur les sites web de : Good Life Fitness, Éconofitness, Planet Fitness, Nautilus Plus et Énergie Cardio. Voir, par exemple : <https://blog.goodlifefitness.com/article/goodlife-fitness-updates-covid-19> (17 mai 2020).

²⁹ Émilie CÔTÉ, *Politique de remboursement : tirs groupés contre Ticketmaster*, La Presse, 15 avril 2020.

confiance³⁰ ». De même, dans le domaine événementiel, Stubhub offrait un crédit équivalant à 120 % de la valeur du billet initial³¹.

Certains commerçants ont aussi choisi de composer avec les restrictions sanitaires en fournissant le service, mais de manière différente. À défaut de pouvoir offrir en personne des activités nécessitant des regroupements, plusieurs ont proposé des cours à distance ou des spectacles virtuels³².

Plus que jamais, le TNM a besoin de vous...

Notre saison théâtrale 2019-2020 s'est terminée abruptement, tant pour vous que pour nous. La billetterie représentant la majeure partie de nos revenus, l'annulation des *Trois Sœurs*, de *Lysis* et de *L'Avalée des avalés* pose par conséquent un grand défi dans la poursuite de notre mission et de nos activités. Nous faisons donc appel aujourd'hui à votre sensibilité et à votre grande générosité.

DONNEZ MAINTENANT

Extrait du site web du Théâtre du Nouveau Monde (7 mai 2020). Lors de la pandémie, plusieurs entreprises du milieu culturel ont invité les consommateurs à faire un don.

Parfois, les consommateurs se sont butés à des politiques restrictives des commerçants, qui refusaient les demandes de remboursement des consommateurs même si le service allait être fourni de manière considérablement différente en raison des règles sanitaires en vigueur. Par exemple, des fournisseurs de services dans l'industrie du mariage ont parfois demandé de payer un supplément pour reporter une réservation ou conservé l'acompte des consommateurs qui demandaient l'annulation³³.

En revanche, on note que des commerçants ont plutôt emprunté la voie inverse, soit d'assouplir leurs politiques d'annulation et de remboursement. En matière de villégiature, de grands groupes hôteliers ont ainsi adopté des politiques flexibles, offrant la possibilité d'annuler une réservation sans frais jusqu'à 24 heures avant la date du séjour³⁴. Par ailleurs, dans le domaine

³⁰ <https://faq.econofitness.ca/gym-zone-rouge> (29 octobre 2020).

³¹ Raphaël GUILLEMETTE, *Saisons sportives suspendues : vos billets seront-ils remboursés?*, Radio-Canada, 14 mars 2020

³² Ezra BELOTTE-COUSINEAU, *Des gyms se réinventent pendant le confinement*, Radio-Canada, 19 janvier 2021; Sylvie MOUSSEAU, *COVID-19: des artistes présentent leur spectacle en ligne*, Acadie Nouvelle, 16 mars 2020.

³³ Erica JOHNSON et Kimberlay IVANY, *Couples fight for refunds after COVID-19 cancels wedding events Social Sharing*, CBC News, 22 mars 2021; Isabelle ROBERGE, *COVID-19 : À défaut de pouvoir vous marier, pourrez-vous être remboursés?*, Radio-Canada, 1^{er} mai 2020.

³⁴ Stephanie M. HUGHES, *Need to cancel a trip due to COVID-19? Here's how to get your money back*, The Star, 12 mars 2020; Sarah FIRSHEIN, *Help! I'm Owed a Refund, But the Hotel Owner Refuses to Budge*, New York Times, 7 juillet 2020.

événementiel, des plateformes de vente de billets se sont ravisées et ont offert une option de remboursement face au mécontentement suscité par l'imposition de crédits³⁵.

1.2.3. Les autres recours à la disposition des consommateurs

Les consommateurs n'ayant pu obtenir de remboursement d'un commerçant ont pu chercher à s'adresser à d'autres entreprises intervenues dans leur processus d'achat. Cependant, ces recours ne furent pas toujours couronnés de succès.

Dans le domaine du voyage, les consommateurs se sont adressés aux intermédiaires avec lesquels ils avaient fait la transaction, qu'il s'agisse de plateformes en ligne ou d'agences de voyages. Cependant, ces entreprises s'en sont souvent remises aux politiques des fournisseurs des services finaux pour déterminer les possibilités de remboursement du consommateur. En conséquence, elles ont souvent refusé de remettre les fonds aux consommateurs jusqu'à ce que les transporteurs ou les autres fournisseurs de services proposent des remboursements³⁶. En Ontario, la loi a même été modifiée de manière à autoriser temporairement les agences de voyages à donner à leurs clients un crédit plutôt qu'un remboursement si l'impossibilité de fournir les services était liée au Covid-19³⁷. Même lorsque des remboursements ont finalement été accordés, des consommateurs rapportent des cafouillages administratifs et la retenue de frais par des agences de voyages sur le montant obtenu³⁸.

Une autre possibilité s'offrant aux consommateurs est de se tourner vers l'émetteur de la carte de crédit utilisée lors de la transaction pour obtenir une rétrofacturation de leur achat ou, le cas échéant, l'interruption des paiements préautorisés. Selon la loi de plusieurs provinces, les émetteurs de cartes de crédit doivent, sous certaines conditions, rembourser le consommateur si le service qu'il a acheté via Internet n'a pas été fourni (voir section 4.2.2). Or, bien que des consommateurs aient pu obtenir des remboursements en employant cette méthode, d'autres témoignent avoir essuyé une fin de non-recevoir de la part de leur institution financière³⁹.

Les consommateurs ont pu également s'adresser à leur assureur. Cependant, les assureurs canadiens ont généralement considéré que l'émission d'un crédit plutôt qu'un remboursement par un commerçant constituait une forme d'indemnisation acceptable⁴⁰. Malgré tout, les

³⁵ RADIO-CANADA, *Le géant du divertissement AEG offre le remboursement des billets de spectacles reportés*, 17 avril 2020; Philippe DE MONTIGNY, *StubHub remboursera finalement les billets d'événements annulés*, Radio-Canada, 3 mai 2021.

³⁶ Mélissa PELLETIER, *Les crédits voyage financent les compagnies aériennes*, Radio-Canada, 15 septembre 2020; Stéphanie GRAMMOND, *Un crédit? Non merci!*, La Presse, 25 mars 2020.

³⁷ O. Reg. 101/20: GENERAL, art. 5

³⁸ Isabelle DUBÉ et Julien ARSENAULT, *On peine à retracer les voyageurs non remboursés*, La Presse, 30 mai 2022; Marie-Eve FOURNIER, *Voyage annulé : qui doit payer?*, La Presse, 24 décembre 2021; Jean-Marie YAMBAYAMBA, *Vols annulés pendant la pandémie : l'indemnisation se fait attendre*, ICI Alberta, 19 juin 2022.

³⁹ Jeremy MCDONALD et Asha TOMLINSON, *Credit card chargebacks a challenge for some airline customers*, CBC News, 22 mai 2020; Anne DREWA, *WestJet Vacations customer endures long battle getting refund after COVID cancellation*, Global News, 3 février 2022; Annie HUDON-FRICEAU, *Rétrofacturation : certaines institutions bancaires font fi de la loi*, Radio-Canada, 7 février 2023.

⁴⁰ ASSOCIATION CANADIENNE DES COMPAGNIES D'ASSURANCES DE PERSONNES, *Avis : Assurance annulation de voyage et bons ou crédits émis par les transporteurs aériens*, communiqué du 1^{er} avril 2020. En guise d'illustration,

assurances voyage sont demeurées salutaires dans diverses circonstances, notamment lorsque le commerçant pouvait fournir la prestation, mais qu'elle était peu utile pour le consommateur. Ce pourrait être le cas par exemple lorsqu'un avis consulaire d'éviter tout voyage non essentiel entrainé en vigueur dans le pays de destination ou que le consommateur contractait la Covid-19⁴¹.

Finalement, dans certaines provinces, les clients des agences de voyages bénéficient d'une protection provenant de fonds destinés à les indemniser si le service n'est pas rendu ou si le commerçant fait faillite. Au Québec, le Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyage (FICAV) a été submergé par des dizaines de milliers de réclamations de consommateurs qui avaient reçu un crédit afin d'obtenir un remboursement en argent, si bien que le délai de traitement des réclamations s'est étendu sur plusieurs années⁴². À l'opposé, en Ontario et en Colombie-Britannique, les fonds n'ont accepté qu'un très faible nombre de réclamations⁴³.

Cela dit, bien que les consommateurs aient rencontré maints écueils pour récupérer leur argent, les données dont on dispose semblent indiquer qu'ils ont majoritairement pu obtenir l'indemnisation voulue en fin de compte. Selon Air Canada, le plus grand transporteur au pays, 58 % des clients se sont prévalus du programme de remboursement mis en œuvre en 2021; d'autres ont pu bénéficier de l'offre de crédit offerte par l'entreprise, qui avait été bonifiée de points de fidélité supplémentaires⁴⁴.

Au Québec, les statistiques sur les réclamations présentées au FICAV permettent de dresser un portrait similaire. En date du 7 mars 2023, 45 584 demandes d'indemnisation avaient été reçues par le FICAV; de ce nombre, 20 000 ont été annulées car le consommateur a finalement été remboursé par un tiers (qu'il s'agisse du fournisseur de service, d'un assureur ou de l'émetteur de la carte de crédit), 12 606 remboursements ont été effectués et 9 000 dossiers ont été fermés car le consommateur ne donnait pas suite aux demandes de renseignements

Assurances Desjardins indique aux consommateurs : « Nous considérons comme un remboursement tout montant qui vous est remis ainsi que tout crédit voyage qui vous est offert, que vous l'acceptiez ou non. » Voir : <https://www.desjardins.com/covid-19/assurance-voyage/index.jsp>. À noter qu'une action collective visant un assureur sur cette question a été réglé à l'amiable : *Lyons v. TD Home and Auto Insurance Co.*, 2023 ONSC 1149.

⁴¹ ASSOCIATION CANADIENNE DES COMPAGNIES D'ASSURANCES DE PERSONNES, *Submission to the Canadian Transportation Agency in response to the Public Consultation on the Development of New Airline Refund Requirements*, 1^{er} mars 2021, p. 3; ASSOCIATION CANADIENNE DE L'ASSURANCE VOYAGE, *COVID-19 FAQ*, https://www.thiaonline.com/COVID19_FAQ_Fr.html

⁴² Marie-Eve FOURNIER, *L'Office de la protection du consommateur doit bouger*, La Presse, 14 juin 2021. Une action collective a même été intentée contre l'Office de la protection du consommateur concernant les délais de traitement des réclamations : *Lamoureux c. Office de la protection du consommateur*, 2021 QCCS 2683.

⁴³ En Colombie-Britannique, le fonds d'assurance n'a reçu que 20 réclamations en 2020. Le fonds affirme avoir rejeté la plupart de ces requêtes : « *The few claims received were largely ineligible as the losses related to COVID-19 trip cancellations, which were not covered because of force majeure clauses in many travel contracts* ». Voir : CONSUMER PROTECTION BC, *2020 Annual Report*, 2021, p. 20. En Ontario, le fonds explique avoir reçu moins de réclamations pendant la pandémie de Covid-19, notamment en raison des modifications réglementaires temporaires permettant l'octroi de crédits aux consommateurs par les agences de voyages. Voir : TICO, *2021 Annual Report & Business Plan*, 2021, p. 38-39.

⁴⁴ Julien ARSENAULT, *Air Canada n'aura pas besoin de l'argent d'Ottawa, sauf pour rembourser ses clients*, La Presse, 19 novembre 2021; AIR CANADA, *Air Canada prolonge de 30 jours sa politique de remboursement liée à la COVID-19*, communiqué, 10 juin 2021.

supplémentaires⁴⁵. En excluant les dossiers fermés, on constate que les réclamants ont obtenu un remboursement dans 89 % des cas et que, dans 54 % des cas, ce remboursement provenait de tiers.

1.3. Des commerçants en mode survie

Pourquoi avoir refusé de rembourser les consommateurs? Du point de vue des commerçants, le choix d'opter pour d'autres mesures d'indemnisation s'explique aisément au regard des difficultés financières auxquelles ils ont été confrontés.

L'industrie du tourisme a grandement souffert de la pandémie. Selon l'Association du transport aérien international, le trafic aérien a connu le « pire déclin de l'histoire de l'aviation⁴⁶ », diminuant de 66 % en 2020 par rapport à 2019. L'Association canadienne des agences de voyages estime que cette industrie a connu une chute de 95 % de ses revenus de mars à décembre 2020; au Québec, environ 16 % des agences de voyages auraient définitivement fermé leurs portes par suite de la pandémie⁴⁷.

D'autres secteurs ont été durement éprouvés par les restrictions sanitaires qui empêchaient les regroupements. Les revenus d'exploitation de l'industrie des spectacles ont chuté de 33,9 % en 2020; il s'agit de la plus forte baisse jamais enregistrée⁴⁸. Dans le secteur des sports et des loisirs, les centres de conditionnement physique ont subi une chute de leurs revenus d'exploitation de 39,7 % en 2020; les centres de ski, de 22,7 %⁴⁹.

Même si des programmes gouvernementaux ont été mis en œuvre afin de soutenir les entreprises qui devaient cesser leurs activités, de nombreux commerçants ont dit manquer de liquidités pour rembourser l'ensemble de leur clientèle. Les assureurs des entreprises n'ont pu être sollicités pour éponger ces sommes, car ils ne couvraient généralement pas les pertes de revenu subies en raison de la pandémie de Covid-19⁵⁰. De même, les fonds obtenus des consommateurs étaient souvent déjà engagés lorsque est survenue la pandémie, par exemple

⁴⁵ Émilie BILODEAU, *Une équipe de hockey peine encore à se faire rembourser*, La Presse, 20 mars 2023. Par ailleurs, on dénombre 2 471 demandes refusées, 1 180 dossiers incomplets et 9 000 dossiers fermés parce que le consommateur, malgré de multiples demandes, n'a pas fourni les renseignements requis. Le reste des demandes était toujours en cours d'analyse.

⁴⁶ ASSOCIATION DU TRANSPORT AÉRIEN INTERNATIONAL, *2020, la pire année de l'histoire pour la demande de voyages aériens*, communiqué, 3 février 2021.

⁴⁷ Marie-Eve FOURNIER, *Voyage annulé : qui doit payer?*, La Presse, 24 décembre 2021.

⁴⁸ STATISTIQUE CANADA, « Les revenus d'exploitation des sports-spectacles, des promoteurs d'événements, des artistes et des industries connexes diminuent fortement dans le contexte des restrictions liées à la pandémie », *Le Quotidien*, 9 mars 2022.

⁴⁹ Marie-Christine BERNARD et Megan McMASTER, *Répercussions financières de la pandémie sur les industries de la culture, des arts, des spectacles et des loisirs en 2020*, Statistique Canada, No au catalogue 45-28-0001, 17 août 2021.

⁵⁰ OCDE, *Responding to the COVID-19 and pandemic protection gap in insurance*, OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19), 16 mars 2021.

pour payer les fournisseurs tiers d'une agence de voyages, de sorte que bien des entreprises n'avaient plus en leur possession l'argent versé par leurs consommateurs⁵¹.

Il reste que, au moment où les mises à pied se multipliaient au pays⁵², faire supporter la perte financière par les consommateurs pouvait laisser un goût amer à bien des citoyens qui, privés de revenus, ressentaient eux aussi l'impact financier de la Covid-19⁵³. À l'inverse, on peut penser que les commerçants qui ont adopté des politiques facilitant l'annulation des réservations et le remboursement des consommateurs pouvaient restaurer la confiance des consommateurs et générer un effet positif sur leur réputation.

⁵¹ De surcroît, les représentants des agences de voyages affirment que des institutions financières auraient utilisé les sommes dans leurs comptes bancaires pour rembourser des clients en réponse à des demandes de rétrofacturation : Marie-Eve FOURNIER, *L'Office de la protection du consommateur doit bouger*, La Presse, 14 juin 2021.

⁵² Selon Statistique Canada, 12,4 % des travailleurs canadiens avaient été mis à pied sur une base mensuelle en juin 2020. Voir : Ping Ching WINNIE CHAN, René MORISSETTE et Hanqing QIU, *La COVID-19 et la suppression d'emplois : une réflexion à plus long terme*, Statistique Canada, 10 juin 2020.

⁵³ AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA, *Vulnérabilité des consommateurs : Résultats du Sondage sur le bien-être financier lié à la COVID-19*, Canada, novembre 2022.

2. Covid-19 : la perspective des consommateurs

Afin de mieux connaître leur point de vue sur les mesures d'indemnisation offertes lors de la pandémie de Covid-19, nous avons tenu six groupes de discussion par vidéoconférence avec 41 consommateurs canadiens ayant subi une annulation d'achat lors de la pandémie de Covid-19⁵⁴.

Notre sélection de participants tendait à refléter les caractéristiques démographiques de l'ensemble de la population canadienne. Les groupes comptaient des adultes de tous les groupes d'âges et ayant divers niveaux de scolarité. Il y avait des travailleurs, des retraités, des étudiants et des personnes en recherche d'emploi.

Deux groupes réunissaient des participants du Québec, deux autres, des participants de l'Ontario, un autre, des participants des provinces de l'Atlantique, et un dernier, des participants de l'Ouest du Canada. Au Québec, les séances ont été tenues en français; dans le reste du Canada, en anglais.

2.1. Retour sur les expériences des consommateurs

2.1.1. Des solutions satisfaisantes

Au total, les participants ont rapporté 55 cas d'annulation d'achats dans quatre grandes catégories : le domaine événementiel (28), le voyage (15), les abonnements à des activités sportives ou artistiques (10) ainsi que l'hébergement (2). Dans la large majorité des cas, les participants ont affirmé avoir pu obtenir une indemnisation qu'ils jugent acceptable pour ces achats annulés. Bien que les annulations conséquentes à la pandémie aient provoqué un raz-de-marée de plaintes de consommateurs, on constate finalement qu'à peu près toutes ces situations ont pu se résoudre à l'amiable⁵⁵.

Dans la plupart des cas, les consommateurs ont obtenu un remboursement. Dans le domaine du voyage, par exemple, la quasi-totalité des participants ont affirmé avoir pu récupérer en argent le montant versé. Dans le domaine de l'événement, cette proportion s'élève à plus de la moitié.

Certains consommateurs ont accepté d'autres mesures d'indemnisation, le plus souvent un crédit ou un report de l'événement prévu, et plus rarement d'autres formules. Par exemple, un participant s'est prévalu de l'option de suivre des cours virtuels offerts par son centre de conditionnement physique. Afin de soutenir le milieu culturel éprouvé par la pandémie, une autre participante a choisi de donner au théâtre le montant remboursé de son billet de spectacle.

⁵⁴ Le guide de discussion de ces groupes se trouve en annexes 1 (français) et 2 (anglais). La firme BIP a été mandatée pour recruter les participants et pour tenir les groupes de discussion, qui ont eu lieu les 19 et 20 juillet 2022 (pour le Québec), le 21 juillet 2022 (pour l'Ontario) et le 26 juillet 2022 (pour l'Ouest du Canada et les provinces atlantiques).

⁵⁵ Ce constat est d'ailleurs similaire à ce qu'indiquent les statistiques relatives au remboursement des consommateurs (section 1.2.3).

Au final, sur l'ensemble des participants, seuls quatre ont dit être insatisfaits de ce qui leur a été offert par l'entreprise (soit environ 10 %). Une personne disait toujours attendre un remboursement d'un promoteur de spectacles, une autre souhaitait être compensée pour les frais retenus sur un crédit versé par le commerçant, et deux autres personnes qui avaient initialement accepté un report ou un crédit, mais auraient maintenant préféré un remboursement.

2.1.2. Des problèmes non résolus

Bien qu'une large majorité de participants disent être satisfaits de l'indemnité reçue, plusieurs ont vécu des situations particulières où ils n'ont pas pu être compensés.

Les participants ont rapporté 12 cas où ils ont annulé eux-mêmes un achat alors que l'entreprise était en mesure de fournir le service. Ces consommateurs ont préféré ne pas utiliser le service, notamment parce qu'ils étaient atteints de la Covid-19 ou qu'ils avaient des appréhensions quant aux risques de transmission de la maladie.

Dans l'ensemble, le traitement de ces situations fait écho aux modalités contractuelles des commerçants (voir section 3). Les participants qui avaient des réservations d'hôtel ont généralement pu être remboursés, peu importe que l'annulation soit due à un motif qui leur était personnel; de même, les détenteurs de billets pour des événements ont généralement pu les revendre. Par contre, dans le domaine du voyage, plusieurs consommateurs témoignent n'avoir pu obtenir de remboursement. Dans le domaine des abonnements, une participante du Québec explique qu'elle n'a pu obtenir de remboursement pour les cours de sport auxquels elle n'a pas assisté.

Par ailleurs, trois participants disent avoir perdu des sommes non pas en raison du défaut du commerçant de les rembourser, mais pour d'autres achats qui avaient été effectués en considération de cette prestation. En guise d'illustration, un consommateur a pu obtenir un remboursement pour son vol annulé, mais n'a pu obtenir de remboursement pour les billets d'un spectacle ayant eu lieu là où il projetait de se rendre.

Finalement, quelques participants qui avaient initialement accepté de recevoir la prestation d'une manière différente affirment avoir été déçus de ce qui leur a été fourni. Une participante du Québec raconte s'être inscrite aux cours virtuels offerts par son centre de conditionnement physique, mais que cet exercice fut « très infructueux ». Une autre, elle aussi du Québec, explique que les places qu'on lui a offertes pour un spectacle reporté n'étaient pas de la même valeur, de sorte qu'elle a finalement demandé un remboursement du promoteur.

2.2. Un processus pénible

Obtenir compensation pour les services annulés ne fut pas sans peine. Environ la moitié des participants affirment être insatisfaits du processus qu'ils ont dû suivre, en raison à la fois la complexité des démarches, des délais d'attente et des problèmes de communication avec

l'entreprise⁵⁶. Cette insatisfaction est particulièrement marquée dans le domaine du voyage, où les achats portent sur des montants importants.

2.2.1. Des démarches multiples

Plusieurs participants témoignent avoir dû multiplier les démarches, les appels et les courriels, auprès de plusieurs intervenants, pour parvenir à obtenir une indemnisation. Certains participants ont décrit le processus comme une « bataille », dans laquelle ils ont eu le sentiment d'être laissés à eux-mêmes. « Tout le monde se lançait la balle », a déclaré une participante du Québec.

La qualité du service à la clientèle de plusieurs entreprises a été fortement critiquée. Certains ont déploré qu'il était complexe de simplement trouver un interlocuteur à contacter et qu'ils ont dû réexpliquer à maintes reprises leur problème, à des employés différents, lorsqu'ils tentaient de se renseigner sur l'état de traitement de leur dossier. Un participant du Québec explique : « On avait l'impression qu'il fallait toujours tout réexpliquer et si on ne les contactait pas, on n'avait pas de mise à jour. Il faudrait qu'il y ait des suivis réguliers. »

Ces difficultés ont été particulièrement marquées du côté des consommateurs ayant fait affaire avec des entreprises à bas prix du domaine du voyage. Par exemple, une participante de l'Ouest explique avoir traversé un processus « extrêmement difficile » avec Swoop, dont le service à la clientèle était particulièrement ardu à joindre. Un consommateur du Québec, excédé par des heures d'attente au service téléphonique de FlightHub, affirme même avoir dû se rendre en personne aux bureaux de l'entreprise pour tenter d'obtenir un remboursement; au final, il rapporte avoir obtenu un crédit pour le montant payé initialement, mais s'être vu imposer des frais d'annulation de 350 \$.

Ceci dit, des incidents sont aussi survenus dans d'autres domaines, tels que la vente de billets ou les abonnements sportifs. Par exemple, un participant du Québec raconte que le propriétaire de son gym refusait obstinément tout remboursement ou report, et que plusieurs membres de l'établissement ont dû lui envoyer une mise en demeure pour l'amener à se raviser.

2.2.2. Des délais interminables

Les délais pour obtenir une indemnisation se sont avérés souvent très longs. Bien des participants ont attendu des mois, voire des années, pour obtenir un remboursement. Le domaine aérien a particulièrement testé la patience des consommateurs :

« It took a year and a half to get the money back on my credit card. I think it's pretty ridiculous. I understand it was a crazy time for the airline and everything, but essentially you are holding my money hostage. I didn't know when I was going to travel again. I could have used those funds for something else and here I'm waiting over a year for this huge airline to get back to me. » (Ontario)

⁵⁶ Le même type de difficulté a été souvent rapporté dans les médias. Voir : Mathieu DION, *Des détenteurs de billets du Grand Prix F1 du Canada 2020 toujours non remboursés*, Radio-Canada, 22 juin 2021.

Des participants ont même eu le sentiment que certaines entreprises, particulièrement dans le domaine du voyage, cherchaient délibérément à faire traîner les choses pour conserver l'argent de leurs clients. Un consommateur de l'Ontario conclut : « *They are keeping themselves afloat, but they are not considering me, the customer here, who may also need that money.* »

2.2.3. Des problèmes de communication

Les participants ont également déploré le manque de communication des entreprises au cours de la crise. Plusieurs consommateurs ont reproché aux entreprises de ne pas leur avoir donné toute l'information sur les démarches à faire et sur les options d'indemnisation offertes lorsqu'elles ont annoncé être dans l'impossibilité de fournir le service. « *I felt like the communication was poor. I felt like I had to do all of the work, calling and getting information.* » (Ontario)

On souligne en particulier un manque de proactivité des entreprises, plusieurs reprochant aux commerçants de ne pas avoir pris les devants pour les informer de leurs options. Un participant de l'Ontario explique : « *Communication is the key. They should communicate with people and not wait for people to contact them in case of a problem. They should be the first to reach out.* » Des participants expliquent qu'une plus grande célérité dans la transmission d'information leur aurait permis de mieux s'adapter à la situation. Dans le même esprit, les consommateurs reprochent aussi aux entreprises de ne pas les avoir tenus au fait des développements au cours de la pandémie : « *I understand everything was changing week to week, but you can't just leave people like that for too long, it's going to upset them. It was frustrating.* » (Ontario)

Même si l'entreprise n'est pas en mesure de répondre à toutes les questions, les participants estiment que la transparence leur aurait permis de mieux accepter les délais qu'ils ont dû affronter. « *I just think the clarity and honesty is more important to me than the delay* », a conclu un participant de l'Ontario. Des participants ont d'ailleurs mentionné que la qualité de la communication avait contribué à leur donner une image positive de l'entreprise.

2.3. Opinions et perceptions des consommateurs

2.3.1. Une nette préférence pour le remboursement

La plupart des consommateurs disent que le remboursement est généralement plus avantageux que d'autres mesures d'indemnisation. Ils peuvent dépenser l'argent à leur guise, selon leurs besoins, alors que rien ne garantit qu'ils auront la disponibilité pour assister à un événement reporté à une nouvelle date. Cela est particulièrement marqué dans le domaine du voyage : « *C'est plus facile de reporter une soirée qu'une semaine de vacances.* » (Québec)

À l'opposé, le crédit compte de nombreux désavantages. Un crédit peut être oublié par un consommateur ou peut comporter une date d'expiration. Lors de son utilisation, le consommateur pourrait avoir à payer plus cher pour obtenir le même service en raison de l'augmentation des prix, ou encore perdre la valeur résiduelle s'il fait un achat de moindre

montant. De surcroît, un crédit ne garantit pas que le consommateur pourra obtenir le même service, en valeur ou qualité, qu'il avait initialement acheté (par exemple les mêmes places à un concert).

Malgré tout, certains avantages sont mentionnés à propos de mesures autres que le remboursement. Par exemple, le report offre l'assurance qu'on aura bel et bien une place à un événement, sans subir une hausse de prix. Un participant du Québec affirme : « Il y a un avantage du report dans la variation des coûts. Avec un report on garde le même coût, mais avec un remboursement ou un crédit, au moment de racheter on risque de payer plus cher. »

Cela dit, même si certaines mesures d'indemnisation peuvent présenter des avantages, plusieurs participants considèrent qu'un commerçant devrait toujours donner le choix aux consommateurs d'obtenir un remboursement : « Je trouve ça difficile de concevoir que le remboursement ne soit pas offert. Il y a plusieurs raisons pourquoi tu ne peux pas y aller plus tard. J'aurais trouvé ça inacceptable qu'on m'oblige à reporter, même si c'est la pandémie et qu'il y a des conditions spéciales. » (Québec) En fait, bien des consommateurs jugent que le crédit ou le report est simplement profitable pour le commerçant, qui conserve l'argent et garde captive la clientèle.

En outre, plusieurs consommateurs estiment qu'une entreprise qui ne donne pas de remboursement devrait offrir une compensation supplémentaire en plus de l'indemnité – comme ce fut le cas, par exemple, de certains centres de conditionnement physique ou des promoteurs de spectacle. Parmi les compensations envisagées, citons le gel du prix, un montant additionnel, un surclassement ou l'ajout d'une gratuité : « *They could offer a larger credit than a refund to encourage people to take the credit. It would be to their benefit and it would benefit the customer. It's a win-win.* » (Ouest). Toutefois, d'autres participants ne croient pas qu'une entreprise devrait offrir un supplément, sauf dans des circonstances où sa conduite aurait été fautive.

2.3.2. Des consommateurs compréhensifs

Même s'ils souhaitent avoir le choix d'obtenir un remboursement, les participants sont sensibles au fait qu'une situation de force majeure telle que la pandémie fut éprouvante pour le secteur privé. Il faut donc tenir compte de la capacité de rester en affaires des entreprises pour déterminer les solutions adéquates. À maintes reprises, les participants ont souligné l'importance d'adopter une approche collaborative avec les commerçants⁵⁷. Ils se sont dits prêts à accepter des délais de remboursement, considérant les difficultés vécues par les entreprises.

Quant au rôle des gouvernements pendant la pandémie, les avis des consommateurs sont partagés. Plusieurs participants considèrent que les gouvernements ont géré adéquatement la situation, citant pour exemple les ententes de remboursement conclues dans le domaine aérien. En revanche, d'autres ont exprimé leur insatisfaction quant aux agissements du gouvernement, l'accusant d'avoir soutenu davantage les commerçants que les consommateurs qui peinaient à se faire rembourser.

⁵⁷ Cette attitude est particulièrement marquée chez les participants qui estiment que le processus d'indemnisation a été, pour eux, facile ou assez facile.

Quoi qu'il en soit, la plupart des consommateurs comprennent que les gouvernements étaient aux prises avec la gestion d'une crise sanitaire inégalée et qu'ajouter de la pression sur le secteur privé aurait pu entraîner des faillites. En général, ils n'ont pas été en mesure d'indiquer ce que les gouvernements auraient pu faire pour aider davantage les consommateurs; seule une minorité estiment qu'il aurait fallu adopter des mesures spécifiques visant à obliger les commerçants à rembourser leurs clients.

2.3.3. Droits et perspectives

Les participants n'ont pas paru connaître l'encadrement légal applicable à l'annulation de contrats en cas de force majeure et les mécanismes de protection dont ils pourraient bénéficier. Questionnés à ce sujet, ils ont hasardé différentes réponses, certains croyant que refuser le remboursement était légal, d'autres non, d'autres encore pensant que la loi n'encadre pas ce type de situation : « *I think, just like the medical community was caught off guards, so was the legal community and the laws. There was no precedent to this at all. I don't think that they had the foresight to plan for our protection in advance.* » (Ouest)

Généralement, les participants estiment néanmoins que la loi ne s'est pas montrée assez protectrice dans le cadre de la pandémie de Covid-19. Certains avancent aussi qu'une loi plus claire, qui impose le remboursement en toutes circonstances, devrait être adoptée. Cependant, on note un certain pessimisme chez les consommateurs, qui anticipent que, même si la loi était modifiée, il pourrait leur être complexe de la faire appliquer.

À défaut d'avoir une idée claire de leurs droits, les consommateurs ont individuellement changé leurs comportements à la suite des difficultés éprouvées pendant la pandémie. Environ la moitié d'entre eux disent faire preuve de plus de prudence dans leurs achats, notamment en s'intéressant davantage aux modalités d'annulation des commerçants et en choisissant des entreprises qui offrent des conditions plus avantageuses : « *I think now whenever I'm purchasing or booking something, I always look for cancellation insurance, just in case. Before, that wasn't even on my radar.* » (Ouest)

3. Les politiques des entreprises

Afin de connaître leurs mesures d'indemnisation en cas d'événement catastrophique, nous avons analysé les conditions d'utilisation de 40 entreprises parmi les plus populaires auprès des consommateurs canadiens.

Pour les fins de notre analyse, nous avons retenu des entreprises des secteurs du transport aérien, de la villégiature, des intermédiaires de voyages, de la vente de billets pour des événements, ainsi que des abonnements sportifs (centres de conditionnement physique et stations de ski)⁵⁸. Nous avons sélectionné :

- les 5 transporteurs aériens canadiens les plus importants quant au nombre de voyageurs⁵⁹;
- les 5 chaînes hôtelières comptant le plus grand nombre d'établissements au Canada⁶⁰;
- les 10 intermédiaires en ligne du domaine du voyage les plus visités au Canada⁶¹;
- les 10 plateformes en ligne de vente de billets d'événements les plus visitées au Canada⁶²;

⁵⁸ La collecte de l'information a été effectuée de février à mai 2022, sauf pour les transporteurs aériens qui ont fait l'objet d'une mise à jour en 2023 (voir section 3.2.1).

⁵⁹ Pour ce faire, nous avons retenu les 5 transporteurs canadiens de niveau I. Selon le *Règlement sur les renseignements relatifs au transport*, un transporteur de niveau I est un transporteur qui, en un an, « a transporté au moins 2 000 000 de passagers payants ou au moins 400 000 tonnes de fret ». Voir : *Règlement sur les renseignements relatifs au transport*, DORS/96-334, art. 3(1). Selon l'Enquête mensuelle sur l'aviation civile de Statistique Canada, les 6 transporteurs aériens canadiens de niveau I sont : Air Canada (y compris Air Canada Rouge), Air Transat, Jazz, Porter, Sunwing et WestJet (y compris Swoop, WestJet Encore et WestJet Link). Voir : <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210826/dq210826b-fra.htm>. Nous avons éliminé de cette liste le transporteur Jazz, qui appartient à Air Canada et qui a exactement le même tarif que cette entreprise.

⁶⁰ Selon le décompte effectué par la firme Horwath HTL en 2018, les chaînes ayant le plus d'établissements au Canada en 2018 sont : Comfort Inn & Suites (151), Super 8 (124), Best Western Plus (121), Days Inn (112) et Holiday Inn Express (97). Voir : HOWARTH HTL, *Canada: Hotels & Chains Trends*, Market report, avril 2018, p. 4-5.

⁶¹ Pour faire notre sélection, nous avons retenu les plateformes qui permettent aux consommateurs d'acheter des services de voyages (hôtellerie et transport aérien) offerts par des tiers parmi le classement des sites web les plus visités au Canada dans la catégorie « Travel and Tourism » établi par SimilarWeb. Cet exercice nous a permis de sélectionner les entreprises suivantes : Booking, Expedia, Hotels.com, Flighthub, Priceline, CheapOair, Cheapflights, Travelzoo, AirBNB et VRBO. Notre sélection inclut à la fois des entreprises indépendantes (CheapOair et Flighthub) et des plateformes de location d'immeuble entre particuliers (AirBNB et VRBO). À noter que nous n'avons pas retenu les sites qui agissent comme « agrégateurs », à savoir des plateformes qui réfèrent simplement à un autre site (Tripadvisor, Trivago, Kayak, home-to-go.ca).

⁶² Pour faire notre sélection, nous avons retenu les sites web de vente de billets les plus visités au Canada selon le classement établi par SimilarWeb dans la catégorie « Tickets ». Cet exercice nous a permis de sélectionner les entreprises suivantes : Eventbrite, Ticketmaster, Vividseats, Axs, Viagogo, Tickets-center.com, Ticketweb.ca, Ticketnetwork.com, Seatgeek et Stubhub. Cette sélection inclut indistinctement des entreprises de vente de billets œuvrant dans le marché primaire, dans le marché secondaire ou les deux à la fois. À noter que nous avons éliminé de notre sélection les sites qui agissent comme « agrégateurs », à savoir les sites qui réfèrent à d'autres plateformes pour effectuer la transaction finale (par exemple : Livenation et Evenko).

- les 5 bannières de centres de conditionnement physique parmi les plus importantes au Canada⁶³;
- les 5 stations de ski parmi les plus importantes au Canada⁶⁴.

Au final, nous avons obtenu la sélection suivante :

Entreprise	Catégorie
Air Canada	Transporteur aérien
Air Transat	
Porter	
Sunwing	
WestJet	
Comfort Inn & Suites	Chaîne d'hôtels
Super 8	
Best Western	
Days Inn	
Holiday Inn Express	
Booking	Intermédiaire de voyages
Expédia	
Hotels.com	
Flighthub	
Priceline	
Cheapoair	
Cheapflights	
Travelzoo	
Airbnb	
VRBO	

Entreprise	Catégorie
Eventbrite	Vente de billets
Ticketmaster	
Vividseats	
Axs	
Viagogo	
Tickets-center.com	
Ticketweb.ca	
Ticketnetwork.com	
Seatgeek	
Stubhub	
Goodlife Fitness	Centre de conditionnement physique
Éconofitness	
Planet Fitness	
Nautilus Plus	
Énergie Cardio	Station de ski
Whistler Blackcomb	
Fernie	
Lake Louise	
Mont-Tremblant	
Blue Mountain	

Nous avons analysé le contrat d'utilisation et l'information publiée sur le site web de chacune de ces entreprises. Dans les cas où les entreprises retenues appartenaient à un même propriétaire⁶⁵, nous avons considéré qu'elles étaient distinctes du point de vue du consommateur. Puisque que la collecte de données a eu lieu en 2022, soit deux ans après le début de la pandémie de Covid-19, notre analyse permet de constater comment ces commerçants ont adapté, s'il y a lieu, leurs modalités contractuelles pour tenir compte des nouveaux défis présentés par de tels événements.

⁶³ Le marché des centres de conditionnement est composé de nombreux commerces indépendants, avec quelques grandes bannières. Pour les fins de notre sélection, nous avons retenu les bannières les plus importantes au Canada en nous basant sur une étude de marché produite par la firme IBISWorld ainsi qu'en recueillant de l'information sur le nombre de locations de chaque bannière (en date du 14 mars 2022). Notre sélection finale inclut : Goodlife Fitness (plus de 200 locations au Canada), Éconofitness (67 locations au Québec), Planet Fitness (54 locations), Nautilus Plus (32 locations), Énergie Cardio (31 locations) et World Gym (27 locations). Voir : Matthew BUCHKO, *Gym, Health & Fitness Clubs in Canada*, IBISWorld, Industry Report 71394CA, mai 2021.

⁶⁴ Nous sélection se base sur le classement des plus importants centres de ski au Canada selon le classement effectué par Skiresort.info : <https://www.skiresort.info/ski-resorts/canada/sorted/slope-length/>. Puisque l'ensemble des stations de ski les plus importantes sont situées dans l'Ouest canadien, nous avons ajouté les stations les plus importantes en Ontario et au Québec. Cet exercice nous a permis de sélectionner les entreprises suivantes : Whistler Blackcomb, Fernie, Lake Louise, Mont-Tremblant et Blue Mountain. Nous avons analysé plus spécifiquement les modalités applicables aux passes de saison.

⁶⁵ Quelques entreprises faisant l'objet de notre analyse appartiennent au même propriétaire : Super 8 et Days Inn (Wyndham); Expedia, Hotels.com, VRBO (Expedia); Booking, Priceline, Cheapflights (Booking).

3.1. Un manque de clarté

Une difficulté considérable dans notre analyse fut d'obtenir de l'information précise quant aux politiques de certaines entreprises lorsqu'elles doivent annuler la fourniture d'un service en raison d'un événement catastrophique.

Parfois, des entreprises donnent des détails quant aux situations où un consommateur change d'avis et souhaite annuler son achat, mais restent évasives quant à ce qu'il advient lorsqu'elles ne sont plus en mesure de fournir le service⁶⁶. La longueur et la complexité de certains documents ajoutent également à la confusion. Les contrats des transporteurs aériens sont, à cet effet, un exemple éloquent : celui d'Air Canada s'étend ainsi sur 94 pages et comporte de multiples renvois, ce qui pourrait rendre sa lecture périlleuse pour un consommateur qui cherche à mieux comprendre ses droits⁶⁷.

Un premier constat s'impose donc ici : les entreprises devraient énoncer clairement et simplement leurs politiques applicables en cas d'annulation due à un événement catastrophique, sans que les consommateurs n'aient à déchiffrer péniblement des contrats complexes et vagues pour tenter de trouver réponse à leurs questions.

3.2. Le méli-mélo des annulations

Il ressort de notre analyse des contrats que chaque secteur a ses particularités en matière d'annulation en cas d'événement catastrophique. Pour certaines entreprises, les consommateurs ont la possibilité d'obtenir un remboursement, alors que d'autres favorisent l'émission d'un crédit ou n'abordent tout simplement pas la question dans leur contrat. En outre, des entreprises offrent la possibilité au consommateur d'annuler la transaction à leur gré, parfois sous certaines conditions.

3.2.1. Transporteurs aériens

En 2022, nous avons effectué une première analyse des tarifs des transporteurs aériens. Toutefois, compte tenu des changements survenus dans la réglementation du transport aérien au cours de cette même année (voir section 4.2.1), nous avons effectué une nouvelle analyse en 2023 de leurs stipulations applicables aux annulations de vols⁶⁸.

Lors de notre analyse initiale, nous avons constaté que les contrats des transporteurs aériens restaient ambigus quant à la possibilité pour le consommateur d'obtenir un remboursement lorsque l'annulation du vol était causée par des circonstances « hors du contrôle » du transporteur, de « force majeure » ou autrement indépendantes de sa volonté. À la suite de l'entrée en vigueur des changements réglementaires, la plupart des entreprises aériennes ont

⁶⁶ Comme on le verra à la section 3.2, c'est notamment le cas dans les entreprises du domaine hôtelier et du conditionnement physique.

⁶⁷ Voir : https://www.aircanada.com/content/dam/aircanada/portal/documents/PDF/fr/ac_domestic_tariff_fr.pdf. La difficulté de compréhension de ces contrats a d'ailleurs été soulevée dans la jurisprudence : *Lachaine c. Air Transat AT inc.*, 2021 QCCS 2305, par. 72-76.

⁶⁸ Cette nouvelle collecte de contrats a eu lieu en mars 2023.

toutefois modifié ces contrats afin de prévoir clairement l'option pour le consommateur d'obtenir un remboursement si son vol a un retard de plus de 48 heures⁶⁹. De plus, la plupart de ces contrats stipulent que le règlement fédéral aura préséance sur leur contenu⁷⁰.

Par ailleurs, lorsque le retard du vol est attribuable au transporteur, les contrats des transporteurs aériens prévoient que ces derniers devront fournir au consommateur de la nourriture, un hébergement et, selon les circonstances et la longueur du retard, une indemnité monétaire. Ces stipulations font encore là écho aux obligations réglementaires canadiennes.

À l'exception des billets de classe économique, les transporteurs offrent aussi au consommateur, moyennant des frais, d'annuler un vol ou de modifier la réservation jusqu'à une heure avant le départ. Toutefois, cette requête ne lui permettra généralement pas d'obtenir un remboursement, mais plutôt un crédit. De même, plusieurs lignes aériennes offrent la possibilité au consommateur d'annuler l'achat de billet pendant une période de 24 heures après la transaction⁷¹.

3.2.2. Chaînes d'hôtels

Les chaînes d'hôtels n'indiquent pas, sur leur site web, de modalités propres aux situations où l'hôtel est inaccessible en raison d'une force majeure. Toutefois, de manière générale, elles affirment qu'un consommateur peut choisir d'annuler son séjour avant un certain délai sans avoir à payer de pénalité pour ce faire. Par contre, le consommateur risque de se voir imposer une pénalité pouvant équivaloir au prix d'une nuitée s'il annule tardivement ou s'il ne se présente tout simplement pas à l'établissement.

On peut donc envisager que, lors d'une situation imprévue telle que la pandémie de Covid-19, le consommateur pourrait simplement se prévaloir de ces politiques d'annulation. Toutefois, il faut préciser que certains établissements d'une même chaîne d'hôtel pourraient avoir des politiques différentes. Par exemple, la chaîne Wyndham (à qui appartiennent Super 8 et Days Inn) indique que « [l]es réservations doivent être annulées conformément à la politique d'annulation définie par l'hôtel pour le tarif et les dates réservés.⁷² »

3.2.3. Intermédiaires de voyages

Les intermédiaires de voyages se présentent généralement comme des tiers entre le consommateur et le prestataire final de services, qu'il s'agisse du transporteur aérien ou de l'hôtel. En conséquence, ces entreprises s'en remettent aux politiques des fournisseurs de

⁶⁹ Nous avons trouvé ces dispositions dans les tarifs d'Air Canada (règle 100D), Porter (règle 14), Sunwing (règle 15(3)) et Westjet (règle 90(I)). Nous n'avons pas pu identifier de modification contractuelle dans le tarif intérieur d'Air Transat. Toutefois, ce tarif mentionne : « Les obligations du transporteur en vertu du Règlement sur la protection des passagers aériens (RPAA) font partie du présent tarif et remplacent toute condition de transport incongru ou incompatible énoncée dans le présent tarif dans la mesure de cette incongruité ou incompatibilité ».

⁷⁰ Nous avons trouvé ces dispositions dans les tarifs d'Air Canada (règle 5(C)), Air Transat (règle 2) et Sunwing (règle 2.1). Westjet n'a de clause spécifique sur la préséance du RPPA, mais on y fait référence à plusieurs articles.

⁷¹ C'est le cas d'Air Canada, Porter et Westjet.

⁷² <https://www.wyndhamhotels.com/fr-ca/contact-us/faq#cancellation-policy> (28 mars 2022).

services finaux pour déterminer ce qu'il arrivera au consommateur en cas d'imprévu empêchant la fourniture du service. Leurs contrats peuvent de plus contenir diverses clauses qui visent à les exonérer de toute responsabilité, ou de toute obligation de remboursement, si le service n'est pas rendu par le prestataire final.

Par exemple, Hotels.com explique en toutes lettres qu'elle n'effectue pas de remboursement en cas de force majeure :

« LES SOCIÉTÉS HOTELS.COM ET LES SOCIÉTÉS AFFILIÉES À HOTELS.COM N'ONT AUCUNE OBLIGATION ET NE FERONT AUCUN REMBOURSEMENT DANS LE CAS DE RETARD, D'ANNULATION, DE SURRÉSERVATION, DE GRÈVE, DE FORCE MAJEURE OU D'AUTRES CAUSES INDÉPENDANTES DE LEUR VOLONTÉ. PAR AILLEURS, ELLES N'ASSUMENT AUCUNE RESPONSABILITÉ POUR TOUTE DÉPENSE SUPPLÉMENTAIRE, TOUTE OMISSION, TOUT RETARD, TOUTE MODIFICATION À L'ITINÉRAIRE OU TOUTE ACTION PRISE PAR UN GOUVERNEMENT OU UNE AUTRE AUTORITÉ.⁷³ »

En somme, la possibilité d'être remboursé ou non dépendra de chaque prestataire de services final. Selon les termes de leurs contrats, rien n'oblige ces intermédiaires à apporter leur aide à un consommateur qui se retrouve le bec à l'eau – et ce, même s'il a réalisé l'ensemble de sa transaction via l'interface de cette entreprise. Tout au plus, certains intermédiaires s'engagent à agir comme interlocuteurs entre le commerçant final et le consommateur dans des situations telles que l'annulation d'un vol – sans toutefois garantir à ce dernier qu'il obtiendra une quelconque indemnité au terme de ces démarches. Booking l'explique ainsi sur son site web :

« Si vous pouvez bénéficier d'un remboursement, nous effectuerons la réclamation à votre place et vous serez remboursé(e) sur le compte que vous avez utilisé pour payer votre réservation. Veuillez noter que le remboursement est effectué directement par la compagnie aérienne même si nous nous occupons de traiter votre demande aussi rapidement que possible.⁷⁴ »

Exception notable, Airbnb prévoit une « Politique sur les cas de force majeure » qui prévaut sur les conditions d'utilisation du fournisseur de services⁷⁵. Aux termes de cette politique, un consommateur peut annuler l'achat lorsque survient un événement tel qu'une situation d'urgence, une épidémie, des restrictions gouvernementales en matière de voyages, un conflit militaire ou une catastrophe naturelle. Cependant, cette politique reste floue quant au type exact d'indemnisation pouvant être obtenue, se limitant à énoncer que le consommateur obtiendra, « selon les circonstances, un remboursement en argent, un crédit voyage et/ou une autre forme de dédommagement⁷⁶ ».

⁷³ https://fr.hotels.com/customer_care/terms_conditions.html (11 avril 2022).

⁷⁴ https://secure.booking.com/help/faqs_list/40/flights-faq-topic-cancel (10 février 2022).

⁷⁵ <https://fr.airbnb.ca/help/article/1320/politique-sur-les-cas-de-force-majeure> (18 février 2022).

⁷⁶ <https://fr.airbnb.ca/help/article/1320/politique-sur-les-cas-de-force-majeure> (18 février 2022). À noter que, bien qu'Airbnb ait adopté en 2020 une politique temporaire pour permettre l'annulation des réservations en raison de la Covid-19, la présente politique de force majeure ne s'applique pas aux cas liés à la Covid-19. On peut supposer que l'exclusion de la Covid-19 tient au fait qu'il s'agit désormais d'une situation prévisible.

Par ailleurs, des intermédiaires de voyages sont inscrits à titre d'agence de voyages selon la réglementation applicable dans certaines provinces⁷⁷. On peut donc envisager qu'à défaut d'obtenir un remboursement pour un voyage annulé, le consommateur pourrait présenter une réclamation aux fonds d'aide établis par la loi (voir section 4.2.2).

3.2.4. Plateformes de vente de billets

À l'instar des intermédiaires de voyages, les entreprises de vente de billet tendent à se présenter comme des intermédiaires entre, d'une part, les promoteurs d'événements ou les revendeurs de billets, et, d'autre part, les consommateurs⁷⁸. Vivid Seats l'exprime ainsi :

« Vivid Seats acts as a ticket marketplace. This means that we are an intermediary between ticket buyers and ticket sellers, allowing ticket buyers to find tickets for all their favorite live events. It also means that the Vivid Seats Marketplace is not the ticket seller and the listed tickets are not listed by Vivid Seats on behalf of any venue, promoter, team, league or organizing group.⁷⁹ »

En cas d'annulation de l'événement, les pratiques d'indemnisation de ces entreprises diffèrent de l'une à l'autre⁸⁰. Certaines, telles que Ticketmaster, stipulent clairement que le consommateur obtiendra un remboursement de son achat⁸¹. D'autres affirment plutôt que le consommateur pourra obtenir soit un crédit, soit un remboursement, à la discrétion de l'entreprise ou en fonction de la loi applicable⁸². D'autres, encore, énoncent que la mesure applicable sera déterminée au cas par cas, selon les politiques de chaque fournisseur de billets⁸³.

En cas de report de l'événement, la plupart des entreprises posent comme principe que le consommateur n'aura pas droit à un remboursement, mais aura uniquement la possibilité d'assister à l'événement lors de la nouvelle date⁸⁴. Toutefois, on ajoute parfois qu'il pourrait y avoir des exceptions selon les politiques des promoteurs de spectacles. Ticketmaster l'exprime en ces termes :

⁷⁷ Nous avons trouvé de telles mentions chez : Expedia, Hotels.com, Flighthub et CheapOair.

⁷⁸ Ticketmaster, Stubhub, Eventbrite, Vividseats.

⁷⁹ <https://www.vividseats.com/terms.html> (20 mai 2022).

⁸⁰ À noter que nous n'avons pas trouvé d'information suffisamment claire sur les politiques de Viagogo quant à ce qu'il advient en cas d'annulation de l'événement. L'entreprise offre une « Garantie viagogo » mais cette garantie vise principalement les situations où le billet fourni par le revendeur n'est pas valide.

⁸¹ Ticketmaster, Ticket network.

⁸² Vividseats, Tickets-Center, Seatgeek, Stubhub.

⁸³ AXS, Ticketweb. Eventbrite prévoient des conditions applicables aux promoteurs qui fixe des normes minimales qu'ils doivent respecter, mais qui leur laisse la discrétion de choisir la mesure d'indemnisation qu'ils souhaitent. Cela dit, cette entreprise évoque qu'elle pourrait émettre elle-même un remboursement dans les cas où le promoteur ne répond pas au consommateur : « Si un participant demande un remboursement et que l'Organisateur ne répond pas en remboursant ou en refusant la demande dans un délai de cinq (5) jours, Eventbrite peut, à sa seule discrétion, octroyer le remboursement au nom de l'Organisateur et percevoir ces sommes directement auprès de l'Organisateur ».

⁸⁴ Ticketmaster, Vividseats, Tickets-Center, Ticketnetwork, Seatgeek, Stubhub. Les autres entreprises sont moins claires quant à ce qu'il advient en cas de report, disant généralement s'en remettre aux politiques du fournisseur de billets.

« Si l'événement est reporté, replanifié ou déplacé : vos billets (y compris les produits supplémentaires ou les surclassements, comme le stationnement) sont toujours valides et aucune autre action n'est requise. Cependant, le fournisseur d'événements peut approuver les remboursements, ou l'option de choisir entre un remboursement ou un crédit, pour l'événement.⁸⁵ »

De même, les consommateurs ne disposent généralement pas de la possibilité d'obtenir un remboursement ou un crédit si, pour des motifs personnels, ils ne sont pas en mesure d'assister à l'événement ou s'ils ne respectent pas les règles applicables (notamment les règles sanitaires liées à la Covid-19).

3.2.5. Centres de conditionnement physique

La plupart des contrats des centres de conditionnement physique dont nous avons fait l'analyse ne traitent pas de la survenance d'événements qui perturberaient la disponibilité du service. Seule la bannière Good Life Fitness mentionne brièvement qu'en cas de fermeture temporaire, l'abonnement du consommateur sera prolongé pour une durée équivalant à celle de la fermeture.

Toutefois, les centres de conditionnement physique offrent la possibilité au consommateur d'annuler son abonnement, à sa discrétion. Ainsi, l'ensemble des bannières offrent la faculté de résilier son abonnement pendant une courte période au début du contrat⁸⁶, conformément aux dispositions des lois provinciales de protection du consommateur applicables (voir section 4.3.2).

Au-delà de ces délais, les pratiques des centres de conditionnement physique peuvent varier. Deux entreprises, Good Life Fitness et Nautilus ne prévoient pas de clause dans leurs contrats autorisant l'annulation de l'abonnement par le consommateur. Les autres entreprises la permettent, à condition toutefois que l'intéressé paie une pénalité. Par exemple, Énergie Cardio stipule que le client devra payer « une indemnité de résiliation représentant le coût des frais d'administration pour l'annulation du contrat⁸⁷ ».

3.2.6. Stations de ski

La plupart des stations de ski prévoient, dans leurs modalités d'achat, des dispositions sur l'indemnisation des consommateurs si l'accès aux pentes est interrompu pour une période

⁸⁵ https://help.ticketmaster.ca/s/article/Terms-of-Use?language=fr&_ga=2.138514995.1419241374.1644863031-669075570.1644863031 (14 février 2022).

⁸⁶ Au Québec, Éconofitness, Nautilus Plus et Énergie Cardio suivent les prescriptions de la loi en permettant l'annulation pendant le premier dixième de la durée du contrat. En Ontario, les bannières Good Life Fitness et Planet Fitness offrent une période de répit de 10 jours après l'achat de l'abonnement.

⁸⁷ https://energiecardio.fidelio.ca/Midgard/Areas/Forms/Content/pdfs/TermeCondition_fr.pdf (16 mars 2022).

prolongée⁸⁸. Toutefois, les situations couvertes et les modalités de l'indemnisation peuvent varier d'une station à l'autre.

Mont-Tremblant offre ainsi gratuitement aux détenteurs d'une passe « Tonik » un programme d'assurance qui leur permettra notamment d'obtenir un crédit pour la prochaine saison en cas de fermeture liée à la pandémie de Covid-19. Toutefois, outre les cas couverts par cette police, la station reste moins claire quant à la possibilité d'être indemnisé en cas d'événement fortuit :

« Si une situation hors de notre contrôle ne permet pas l'ouverture de la station lors d'une des journées prédéterminées du calendrier de la passe Tonik, cette journée ne sera pas remise à une date ultérieure de la saison. La passe Tonik ne garantit pas l'accès à la station pour un nombre minimum de jours ou que la station va être ouverte pour un nombre minimum de jours.⁸⁹ »

D'autres stations ont établi des programmes qui couvrent plutôt une large gamme d'événements fortuits. Par exemple, Whistler stipule qu'un consommateur qui a utilisé moins de 7 jours de sa passe de saison est éligible à un remboursement si la station doit fermer ses portes en raison d'une épidémie, d'un désastre naturel, d'un acte terroriste ou d'un conflit armé.

3.3. Des obstacles au remboursement

Dans l'ensemble de notre analyse, nous avons identifié diverses clauses contractuelles qui pourraient faire obstacle à la capacité d'un consommateur à avoir son argent.

3.3.1. Payer pour être remboursé

Même dans l'éventualité où un consommateur pourrait bénéficier d'un remboursement à la suite de l'annulation du service, des plateformes de vente de billets indiquent que des frais pourraient être retenus ce faisant⁹⁰. Par exemple, le commerçant AXS garde à sa discrétion la possibilité de retenir des frais sur l'émission d'un remboursement :

« *Refunds will generally be issued if an event is canceled and not rescheduled, however, this is determined by our Clients, and not by AXS. AXS or our Client, as applicable, reserves the right to retain various fees and charges paid by buyers or sellers on our Service, even if an event is canceled and not rescheduled.*⁹¹ »

⁸⁸ Whistler, Fernie, Blue Mountain, Mont-Tremblant. Nous n'avons pas pu identifier les modalités pour ces circonstances pour Lake Louise.

⁸⁹ <https://www.tremblant.ca/planifiez/billets-passes/passes-de-saison-de-ski/passe-tonik> (18 mars 2022)

⁹⁰ Nous avons identifié de telles clauses chez : Vividseats, AXS, Ticketnetwork et Seatgeek. Par exemple, le contrat de Vividseats prévoit que le consommateur recevra l'intégralité du montant, mais que des « frais de restockage » pourraient lui être imposés.

⁹¹ https://www.axs.com/about-purchase-agreement_US_v6.html (30 mai 2022).

Dans le même ordre d'idées, des intermédiaires de voyages à bas prix peuvent ajouter divers frais applicables aux transactions du consommateur, notamment s'il souhaite modifier ou annuler un vol⁹². Ces frais s'ajoutent à ceux qui pourraient être imposés par le transporteur.

Offres d'assistance (Choisissez le type d'assistance qui vous convient)



Chaque passager a des besoins qui lui sont propres - choisissez le forfait qui convient le mieux à vos besoins.

Frais d'annulation ⓘ

Temps de réponse ⓘ

Changement d'horaires ⓘ

Standard	Premium	Suprême
C\$0⁰⁰	C\$18⁹⁵	C\$50⁹⁵
Jusqu'à C\$250 ⁰⁰ (par billet)	Gratuit	Gratuit
Standard	Rapide	Plus rapide
Standard	Priorité	Priorité la plus élevée
Ajouter	Ajouter	✓ Ajouté

CheapOair offre un service d'assistance payant. Moyennant des frais supplémentaires lors de l'achat, l'entreprise promet au consommateur qu'il obtiendra un service à la clientèle plus rapide et évitera les frais d'annulation qui pourraient autrement lui être imposés.

3.3.2. Des assurances... avec des exclusions

Certaines entreprises offrent aux consommateurs de se procurer des assurances accessoires lors de l'achat du service. Ces assurances peuvent toutefois comporter des exclusions d'importance pour les consommateurs.

Chez les intermédiaires de voyages⁹³, les assurances offertes peuvent couvrir des situations propres au voyageur telles que la maladie, un accident de la route en chemin vers l'aéroport ou le vol du passeport⁹⁴. Toutefois, d'autres situations, telles que la crainte d'attraper la Covid-19 ou l'émission d'un avis consulaire déconseillant les voyages, pourraient être exclues de la couverture. Expedia l'exprime en ces termes :

« La COVID-19 fait partie des événements connus ou prévisibles. L'annulation d'un voyage en raison de conseils de voyage gouvernementaux, de la crainte de voyager ou d'un changement d'avis n'est pas couverte. L'assurance voyage pourrait vous couvrir en cas de maladie liée à la COVID-19. Certaines autres couvertures ne s'appliqueront pas. »

De même, la plupart des stations de ski offrent aux consommateurs de souscrire à une protection payante lors de l'achat afin de couvrir l'annulation pour des motifs qui seraient propres à ces derniers⁹⁵. Encore ici, ces assurances pourraient ne s'appliquer que dans des

⁹² Nous avons identifié des clauses à cet effet chez : Flighthub, Priceline et CheapOair.

⁹³ Nous avons trouvé de telles offres dans le processus de transaction chez : Expedia, FlightHub, CheapOair.

⁹⁴ Ces exemples sont tirés du site de CheapOair.

⁹⁵ Nous avons trouvé de telles offres chez : Whistler, Fernie, Lake Louise et Blue Mountain. À noter que le contrat de Mont-Tremblant affirmait que l'entreprise offre normalement de telles assurances, mais qu'elle était temporairement

circonstances bien définies. Par exemple, la station Lake Louise stipule : « *Refund Insurance is only valid as a result of medical conditions supported by a doctor's certificate, or a transfer of employment supported by a letter from your employer.* »

À noter que la station Whistler se distingue en offrant gratuitement une assurance dont la couverture se montre plutôt large, pouvant notamment s'appliquer si le consommateur est en quarantaine, si une restriction au voyage l'empêche de se rendre à la station, ou même s'il a perdu son emploi⁹⁶.

3.3.3. Des billets non transférables

Face aux clauses contractuelles limitant la possibilité d'annulation pour des motifs personnels, l'une des solutions s'offrant aux consommateurs qui ne souhaitent plus assister à un événement tient dans la revente du billet. Par exemple, un consommateur sous le coup d'une quarantaine ou qui a des appréhensions pour sa santé à participer à un regroupement peut tout simplement revendre son billet sur une plateforme en ligne et ainsi éviter de subir une perte.

Cependant, si les billets pour les événements peuvent généralement être cédés à d'autres personnes, d'autres types d'entreprises prohibent largement cette pratique. Notre analyse révèle que les billets d'avion et les passes de ski ne peuvent aucunement être transférés ou revendus à des tiers; les droits d'accès au service sont exclusivement rattachés à la personne qui les détient⁹⁷. Avec les difficultés vécues dans le cadre de la pandémie, de telles restrictions apparaissent excessives pour les consommateurs voulant mitiger leurs pertes financières, sans préjudice pour l'entreprise.

3.3.4. Des recours interdits

Certaines entreprises interdisent explicitement au consommateur de demander un remboursement à l'émetteur de sa carte de crédit en cas de refus du commerçant, sous peine de sanctions⁹⁸. Ticketmaster stipule :

« Vous acceptez de ne pas tenter de contourner, d'éviter les interdictions de remboursement de quelque manière que ce soit concernant les billets que vous avez achetés. Sans limiter la généralité de ce qui précède, vous ne nous contacterez pas pour demander un remboursement ou un échange de notre part lorsqu'il nous est interdit de vous en fournir un par le fournisseur d'événements, et vous ne contesterez ni ne chercherez autrement une « rétrofacturation » de la société de la carte de crédit ou d'un

empêchée de le faire : « Notre fournisseur d'assurance ayant changé, nous ne sommes malheureusement pas en mesure d'offrir actuellement une assurance lors de l'achat de votre passe. Nous communiquerons avec vous une fois que les détails seront confirmés. »

⁹⁶ À noter que le fait de ne pas être vacciné n'est pas susceptible d'ouvrir un remboursement.

⁹⁷ Les centres de conditionnement physique peuvent également prévoir de telles interdictions. Par exemple, Goodlife Fitness stipule : « *You may not assign or transfer this Agreement to anyone else. Any attempt to sell, assign, or transfer this Agreement is null and void and may, at our sole option, result in cancellation of your membership immediately without any refund.* »

⁹⁸ Nous avons identifié de telles clauses chez : Ticketmaster, Vividseats, Ticketweb, CheapOair.

autre mode de paiement que vous avez utilisé pour acheter des billets sur le site. Si vous le faites, vos billets sont sujets à une annulation immédiate et nous pouvons, à notre seule discrétion, refuser d'honorer les achats de billets en attente et futurs effectués à partir de tous les comptes de carte de crédit ou comptes en ligne sur lesquelles de telles rétrofacturations ont été effectuées, et pouvons interdire les achats futurs de toutes les personnes au nom desquelles les comptes de carte de crédit existent, et de toute personne qui accède à un compte en ligne ou à une carte de crédit associé ou qui enfreint autrement cette disposition en utilisant le site.⁹⁹ »

La validité de telles clauses reste discutable pour les situations où un consommateur, conformément à la loi, présenterait une requête auprès de son émetteur de carte de crédit afin d'obtenir un remboursement (voir section 4.3.5).

Enfin, des entreprises ayant fait l'objet de notre analyse prévoient des clauses d'arbitrage obligatoire ou des clauses interdisant aux consommateurs d'intenter des actions collectives¹⁰⁰. De telles clauses pourraient entraver les recours judiciaires des consommateurs qui voudraient obtenir un remboursement en cas d'annulation du service acheté. Encore ici, on peut toutefois douter de la légalité de telles clauses dans certaines juridictions canadiennes (voir section 4.3.5).

⁹⁹ <https://help.ticketmaster.ca/s/article/Purchase-Policy?language=fr> (14 février 2022).

¹⁰⁰ Nous avons identifié des clauses visant à imposer l'arbitrage au consommateur et/ou lui faire renoncer à intenter des actions collectives chez : Expedia, Hotels.com, CheapOair, Cheapflights, AirBNB, VRBO, Ticketmaster, Stubhub, Eventbrite, Vividseats, AXS, Tickets-center.com, Ticketnetwork.com, Seatgeek, Whistler. À noter que certaines entreprises stipulent que ces clauses ne s'appliquent pas dans des provinces canadiennes, principalement le Québec. Par exemple, la clause de renonciation aux actions collectives du contrat d'Expedia « s'applique uniquement aux individus résidant à l'extérieur du Québec, de l'Ontario et de la Saskatchewan ».

4. La loi et les événements catastrophiques

4.1. Les principes généraux du droit

L'achat de billets d'avion, la réservation pour assister à un événement, la location d'un immeuble ou l'abonnement à un gym sont autant d'exemples de transactions considérées, au regard du droit, comme des contrats. Dès lors qu'il conclut un contrat avec un consommateur, le commerçant doit respecter son engagement à livrer la prestation comme convenu, sans quoi il s'expose à devoir dédommager le consommateur¹⁰¹. Mais qu'arrive-t-il lorsque le défaut de fournir le service est causé par un événement catastrophique hors du contrôle du commerçant?

Les solutions déterminant le droit au remboursement des consommateurs en de telles circonstances varient selon les régimes juridiques en vigueur au Canada¹⁰². En droit civil, la notion de force majeure peut être invoquée par un commerçant en défaut de respecter ses obligations contractuelles, mais il devra néanmoins rembourser les consommateurs (section 4.1.1). En common law, le droit tend à donner plus d'importance au contenu du contrat pour déterminer les solutions applicables (section 4.1.2).

4.1.1. En droit civil : une obligation de remboursement

En droit civil, un commerçant peut être excusé de ne pas avoir fourni un service si l'inexécution du contrat est attribuable à une force majeure¹⁰³. Encore faut-il que la situation invoquée par le commerçant pour s'exonérer corresponde à la définition légale de « force majeure ».

En effet, ce qui constitue une force majeure s'évalue au cas par cas, en fonction de critères établis dans la loi¹⁰⁴. Premièrement, il doit d'agir d'un événement qui était raisonnablement imprévisible au moment où l'obligation a été contractée. Deuxièmement, la situation en cause doit être irrésistible, c'est-à-dire qu'elle doit être inévitable et insurmontable, de telle sorte qu'il est impossible de remplir l'obligation. Troisièmement, les tribunaux ont parfois considéré que la force majeure devait être un événement extérieur aux parties au contrat, à savoir qu'elle doit être hors de leur contrôle¹⁰⁵.

Parmi les situations ayant été considérées comme des cas de force majeure, citons des événements sociaux ou politiques, des catastrophes naturelles ou des agissements de personnes

¹⁰¹ *Code civil du Québec*, RLRQ c CCQ-1991, art. 1434, 1458, 1590; *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 16, 272; John MANWARING, « Les contrats », dans Louise BÉLANGER-HARDY et Aline GRENON (dir.), *Éléments de common law canadienne : comparaison avec le droit civil québécois*, Thomson Carswell, 2008, p. 335-342.

¹⁰² Au Canada, le système juridique n'est pas le même au Québec et dans les autres provinces. Au Québec, le système en vigueur est le droit civil, héritage français, alors que les autres provinces sont basées sur la common law, héritage anglais. Pour plus d'information, voir : <http://www.justice.gc.ca/fra/sjc-csj/just/O3.html>

¹⁰³ *Code civil du Québec*, RLRQ c CCQ-1991, art. 1693-1694, 2100.

¹⁰⁴ *Code civil du Québec*, RLRQ c CCQ-1991, art. 1470 al. 2.

¹⁰⁵ Pour les éléments constitutifs de la force majeure, voir : Didier LLUELLES, *Droit des obligations*, 3^e édition, Thémis, 2018, par. 2733-2737; Jean-Louis BAUDOUIN, Pierre-Gabriel JOBIN et Nathalie VÉZINA, *Les obligations*, 7^e éd., Yvon Blais, 2013, par. 844-847.

tierces à la relation contractuelle¹⁰⁶. Récemment, la pandémie de Covid-19 a été considérée comme un cas de force majeure dans plusieurs décisions de tribunaux québécois¹⁰⁷. Toutefois, il faut se garder de conclure qu'un tel événement sera automatiquement considéré comme un cas de force majeure, en toute circonstance : chaque fois, on doit évaluer si l'événement était effectivement irrésistible et imprévisible. Ainsi, une décision judiciaire a refusé d'exonérer un commerçant qui invoquait la pandémie de Covid-19 pour justifier son incapacité de remplir ses obligations dans le délai prévu, puisque ces difficultés étaient prévisibles pour lui¹⁰⁸.

Invoquer la force majeure n'exonère pas les commerçants de rembourser les consommateurs. Un commerçant qui ne peut remplir son obligation en raison d'une force majeure n'a pas à payer pour les dommages subis par le consommateur en raison de l'inexécution du contrat, mais il doit cependant restituer, sous forme d'argent, les paiements reçus du consommateur pour les services non fournis¹⁰⁹. La remise de crédits par le commerçant, comme cela s'est vu fréquemment pendant la pandémie de Covid-19, n'est donc pas conforme au droit civil québécois.

Enfin, soulignons que les normes de droit civil sur la force majeure sont supplétives, c'est-à-dire que les parties à un contrat peuvent prévoir une clause qui en exclut ou en module l'application¹¹⁰. Une partie, par exemple, pourrait s'engager dans le contrat à assumer la perte en cas de force majeure, et ainsi n'avoir droit à aucun remboursement. Cependant, dans un contrat de consommation, il y a tout lieu d'envisager qu'une clause qui ferait supporter au consommateur les cas de force majeure pourrait être considérée comme abusive, car elle désavantagerait le consommateur de manière excessive et déraisonnable¹¹¹. À ce titre, cette clause pourrait être prononcée nulle ou les obligations en découlant, réduites¹¹².

4.1.2. En common law : une prépondérance au contenu du contrat

La common law prévoit un concept qui s'apparente à la force majeure en droit civil et qui pourrait permettre à un commerçant d'échapper à son obligation contractuelle : la doctrine de la *frustration*¹¹³. Selon la Cour suprême du Canada, cette doctrine s'applique « lorsque survient

¹⁰⁶ Pour des cas d'application de la force majeure, voir : Didier LLUELLES, *Droit des obligations*, 3^e édition, Thémis, 2018, par. 2738-2741; Jean-Louis BAUDOUIN, Pierre-Gabriel JOBIN et Nathalie VÉZINA, *Les obligations*, 7^e éd., Yvon Blais, 2013, par. 848.

¹⁰⁷ *Provencher c. Giguère*, 2022 QCCQ 8411; *Lamontagne c. Transat Tours Canada inc.*, 2021 QCCQ 200; 9350-3480 *Québec inc. c. Chitilian*, 2021 QCTAL 20594; *Hengyun International Investment Commerce Inc. c. 9368-7614 Québec inc.*, 2020 QCCS 2251.

¹⁰⁸ *Feizollahi c. 9313-8865 Québec inc. (Aménagement Soleil Plus)*, 2022 QCCQ 2648, par. 74-76.

¹⁰⁹ La loi prévoit que la restitution des prestations se fait « en nature », c'est-à-dire par la remise du bien ou de la somme d'argent reçue. Voir : *Code civil du Québec*, RLRQ c CCQ-1991, art. 1700; Jean-Louis BAUDOUIN, Pierre-Gabriel JOBIN et Nathalie VÉZINA, *Les obligations*, 7^e éd., Yvon Blais, 2013, par. 923.

¹¹⁰ Frédéric PÉRODEAU, « La force majeure comme mécanisme contractuel d'allocation des risques », dans BARREAU DU QUÉBEC, *Développements récents en droit de la construction* (2011), vol. 336, Yvon Blais, 2011.

¹¹¹ Nathalie VÉZINA et Louise LANGEVIN, « L'exécution de l'obligation », dans BARREAU DU QUÉBEC, *Obligations et contrats*, Collection de droit 2022-2023, vol. 6, Yvon Blais, 2022, p. 111; *Location Rompré Ltée c. Guillemette*, 2005 CanLII 9292; *Société de transport de la Rive-Sud de Montréal c. 158880 Canada inc.*, 2000 CanLII 17690.

¹¹² *Code civil du Québec*, RLRQ c CCQ-1991, art. 1437.

¹¹³ Cette doctrine est aussi appelée doctrine de la décharge ou doctrine de l'inexécution (en anglais : *doctrine of frustration*).

une situation que les parties n'ont pas prévue dans le contrat et qui fait en sorte que l'exécution du contrat devient "quelque chose de radicalement différent des engagements pris au contrat"¹¹⁴ ». Pour donner ouverture à cette doctrine, la situation ne doit pas être le résultat d'une faute des parties et ne doit pas avoir été raisonnablement prévisible au moment de conclure le contrat¹¹⁵. L'application de cette doctrine fera en sorte qu'un consommateur pourra obtenir le remboursement des sommes payées au commerçant, sous réserve du coût des services dont il a pu bénéficier avant l'annulation du contrat¹¹⁶.

D'emblée, on note que la common law accorde une nette prépondérance au contenu du contrat pour déterminer ce qu'il arrive en cas d'événement fortuit. Comme l'enseigne la Cour suprême, la doctrine de la frustration ne trouvera application que lorsque les parties n'ont pas stipulé de clause dite de « force majeure¹¹⁷ », à savoir une clause prévoyant les modalités qui prendront effet en cas d'événement fortuit. En guise d'illustration, dans le cadre de la pandémie de Covid-19, le *Civil Resolution Tribunal* de Colombie-Britannique a refusé d'ordonner le remboursement de consommateurs lorsqu'une telle clause prévoyait d'autres solutions¹¹⁸.

Ce n'est donc qu'à défaut de trouver une clause pertinente au contrat qu'une partie pourra faire appel à la doctrine de la frustration pour échapper à son obligation. Cette doctrine a ainsi pu être invoquée avec succès lorsque la prestation était devenue illégale après la conclusion du contrat, lorsque la destruction d'un bien empêchait la réalisation de la prestation ou à la suite d'un acte commis par un tiers¹¹⁹. Cependant, les critères d'ouverture se montrent stricts, et de simples incon vénients ou des empêchements temporaires ne sont pas suffisants pour entraîner son application¹²⁰. En ce sens, plusieurs décisions des tribunaux canadiens ont estimé que des contrats devaient continuer à être honorés malgré les aléas causés par la pandémie de Covid-19¹²¹.

¹¹⁴ *Naylor Group Inc. c. Ellis-Don Construction Ltd.*, 2001 CSC 58, par. 53 (annotations omises).

¹¹⁵ Zohar LEVY et Nicholas CARMICHAEL, « Covid-19 as a force Majeure, and Other Contractual Considerations » (2020) 2 *BLR* (6th) 32, p. 39.

¹¹⁶ Stephen WADDAMS, *The Law of Contracts*, 7^e éd., Thomson Reuters, 2017, par. 403; John D. McCAMUS, *The Law of Contracts*, 3^e éd., Irwin Law, 2020, p. 694-701; Angela SWAN, Jakub ADAMSKI et Annie Y. NA, *Canadian Contract Law*, 4^e éd., LexisNexis Canada, 2018, p. 915-916; *Frustrated contract act*, RSBC 1996, c. 166, art. 5 (Colombie-Britannique); *Frustrated contract act*, RSA 2000, c. F-27, art. 3 (Alberta); *The Frustrated Contracts Act*, SS 1994, c F-22.2, art. 5 (Saskatchewan); *The Frustrated Contracts Act*, C.C.S.M. c. F190, art. 3 (Manitoba); *Frustrated Contracts Act*, R.S.O. 1990, c. F.34, art. 3 (Ontario); *Frustrated Contracts Act*, RSNB 2011, c. 164, art. 3 (Nouveau-Brunswick); *Frustrated Contracts Act*, RSPEI 1988, c F-16, art. 3 (Île-du-Prince-Édouard); *Frustrated Contracts Act*, RSNL1990 c. F-26, art. 4 (Terre-Neuve-et-Labrador).

¹¹⁷ À noter que l'expression « force majeure » en common law ne renvoie pas au concept civiliste de force majeure précédemment décrit. Voir : Marel KATSIVELA, « Canadian Contract and Tort Law: The Concept of Force Majeure in Quebec and its Common Law Equivalent » (2012) 90:1 *Can B Rev* 69, p. 82.

¹¹⁸ *Adam v. Holiday Home Rentals International*, 2022 BCCRT 573; *Byrne v. Whistler Wired Vacations Inc.*, 2021 BCCRT 1197.

¹¹⁹ Stephen WADDAMS, *The Law of Contracts*, 7^e éd., Thomson Reuters, 2017, par. 369-377; John D. McCAMUS, *The Law of Contracts*, 3^e éd., Irwin Law, 2020, p. 662-668; Angela SWAN, Jakub ADAMSKI et Annie Y. NA, *Canadian Contract Law*, 4^e éd., LexisNexis Canada, 2018, p. 900-901.

¹²⁰ Zohar LEVY et Nicholas CARMICHAEL, « Covid-19 as a force Majeure, and Other Contractual Considerations » (2020) 2 *BLR* (6th) 32, p. 39.

¹²¹ Hilary A. BROWN, *The COVID-19 Pandemic and the Doctrine of Frustration of Contract*, *Toronto Law Journal*, avril 2022. Voir aussi: section 4.3.2.

4.2. Un cadre de protection du consommateur morcelé

Outre les règles générales applicables, la loi peut donner au consommateur, pour certains types de transactions, des recours supplémentaires afin qu'il obtienne un remboursement lorsqu'un service n'est pas rendu par le commerçant. Ces dispositions disparates sont morcelées selon les juridictions et selon les types de transactions, sans véritable régime d'ensemble.

4.2.1. Au fédéral : le transport aérien

Au Canada, le transport aérien est encadré par le *Règlement sur la protection des passagers aériens*, un règlement fédéral qui prévoit des dispositions concernant les situations où un transporteur annule un vol¹²².

Au début de la pandémie de Covid-19, l'obligation en vertu de ce règlement de rembourser les passagers lors d'une annulation de vol non attribuable au transporteur, par exemple lorsqu'une directive gouvernementale interdit les vols, restait débattue. Certains intervenants, dont l'Office des transports du Canada, considéraient que les transporteurs n'avaient pas de telle obligation et que l'émission de crédits aux consommateurs était donc valide¹²³.

À la suite des déboires vécus par les consommateurs lors de la pandémie, le règlement a été modifié. Sa nouvelle mouture prévoit que si la compagnie aérienne n'est pas en mesure de fournir le vol dans les 48 heures du moment initialement prévu pour le départ, le consommateur pourra demander un remboursement¹²⁴. L'argent devra être remis dans un délai de 30 jours, via le même mode de paiement que celui employé pour payer le billet¹²⁵. Le règlement prévoit également des obligations d'information pour le transporteur, notamment quant à la raison pour laquelle le vol a été annulé et quant à l'assistance qu'il doit fournir¹²⁶.

À noter que des obligations supplémentaires pourront également s'appliquer au transporteur lorsque l'annulation résulte non pas d'une situation indépendante de sa volonté, mais plutôt d'une situation qui lui est attribuable, comme des problèmes de personnel ou des regroupements de vols. Dans ces cas, en fonction notamment du nombre d'heures de retard du

¹²² *Règlement sur la protection des passagers aériens*, DORS/2019-150.

¹²³ Selon l'Office des transports du Canada, la réglementation fédérale ne prévoyait « aucune exigence de remboursement pour les retards ou les annulations de vol pour des raisons indépendantes de la volonté de la compagnie aérienne ». Voir : <https://otc-cta.gc.ca/fra/publication/guide-sur-retards-et-annulations-vol> (page consultée le 4 novembre 2021). Cependant, des associations de défense des droits des consommateurs, dont Option consommateurs, estimaient que les transporteurs étaient légalement tenus de rembourser les consommateurs, en vertu notamment du droit provincial des contrats : OPTION CONSOMMATEURS, *Vols annulés en raison de la pandémie : pour le remboursement des passagers aériens*, Comité permanent des transports, de l'infrastructure et des collectivités du Canada, 28 janvier 2021, p. 3-5; AIR PASSENGER RIGHTS, *Withheld Passenger Refunds: A Failure by Design*, Submissions to the House of Commons' Standing Committee on Transport, Infrastructure and Communities, février 2021, p. 2-3.

¹²⁴ *Règlement sur la protection des passagers aériens*, DORS/2019-150, art. 10, 18.

¹²⁵ *Id.*, art. 18.2.

¹²⁶ *Id.*, art. 13.

vol, le transporteur devra verser une indemnité au consommateur et lui offrir des accommodements, tels que de la nourriture ou même un hébergement¹²⁷.

Les changements apportés au cadre de protection des passagers aériens scellent une bonne part des difficultés relatives au remboursement des passagers aériens qui ont marqué la pandémie de Covid-19, évitant ainsi que les consommateurs se voient à nouveau imposer des crédits en cas d'annulation de leur vol¹²⁸. Toutefois, puisqu'un délai de 48 heures est autorisé au transporteur pour fournir la prestation, certains consommateurs pourraient se trouver en fâcheuse posture malgré ces nouvelles dispositions; ce pourrait être le cas, par exemple, si un consommateur voyageait uniquement pour se rendre à un événement qui a alors déjà eu lieu au moment où il peut finalement prendre son vol.

4.2.2. Au provincial : achats par Internet, agences de voyages, revente de billets

Pour certains de types de transactions, les lois sur la protection du consommateur en vigueur dans les provinces canadiennes prévoient des recours pour les consommateurs lorsque le contrat n'est pas honoré par le commerçant.

En matière de commerce en ligne, la plupart des lois provinciales prévoient que le consommateur pourra obtenir l'annulation et le remboursement d'un achat effectué via Internet si le commerçant ne fournit pas le service dans les délais prescrits à la loi¹²⁹. Ces facultés d'annulation pourraient se montrer intéressantes face à un commerçant qui refuse de rembourser un service qu'il n'est plus en mesure de fournir¹³⁰. Plus intéressant encore, le consommateur qui a payé par carte de crédit peut s'adresser à l'émetteur de sa carte pour obtenir la rétrofacturation de son achat si le commerçant fait défaut de le rembourser¹³¹ – c'est d'ailleurs un recours dont se sont prévalus bien des consommateurs lors de la pandémie de Covid-19 (voir section 1.2.3).

¹²⁷ À noter que le règlement fait la distinction entre une situation attribuable à la compagnie aérienne et une situation attribuable à la compagnie aérienne mais « nécessaire par souci de sécurité », qui emportent des obligations d'indemnisation différentes. Voir : *Règlement sur la protection des passagers aériens*, DORS/2019-150, art. 11-12.

¹²⁸ Nous faisons ici l'économie de ne pas citer les difficultés ayant émergé dans la qualification des causes de retard et d'annulation de vols par les transporteurs et qui ont mené à de nombreuses plaintes de consommateurs. Voir : <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1893141/canada-office-transport-aerien-voyage-remboursement>

¹²⁹ *Business Practices and Consumer Protection Act*, SBC 2004, c. 2, art. 49(1)(d) et 50 (Colombie-Britannique); *Internet Sales Contract Regulation*, Alta Reg 81/2001, art. 6(2)(b) et 10(1) (Alberta); *The Consumer Protection and Business Practices Regulations*, RRS c C-30.2 Reg 1, art. 3-8 (Saskatchewan); *Consumer Protection Act*, CCSM c C200, art. 130-133 (Manitoba); *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 54.9-54.13 (Québec); *Internet Sales Contract Regulations*, NS Reg 91/2002, art. 6-7 (Nouvelle-Écosse); *Consumer Protection and Business Practices Act*, SNL 2009, c. C-31.1, art. 32-33 (Terre-Neuve-et-Labrador).

¹³⁰ Ces dispositions ont été invoquées dans le cadre d'une action collective toujours en cours. Voir : *Picard c. Ironman Canada inc.*, 2022 QCCS 2218, par. 27-28. Voir aussi : <https://www.consumerprotectionbc.ca/questions-about-travel-plans-and-covid-19/>

¹³¹ *Business Practices and Consumer Protection Act*, SBC 2004, c. 2, art. 52 (Colombie-Britannique); *Internet Sales Contract Regulation*, Alta Reg 81/2001, art. 12 (Alberta); *The Consumer Protection and Business Practices Regulations*, RRS c C-30.2 Reg 1, art. 3-14 (Saskatchewan); *Consumer Protection Act*, CCSM c C200, art. 134 (Manitoba); *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 54.14-54.16 (Québec); *Consumer Protection Act*, R.S.N.S. 1989, c. 92, art. 21AF (Nouvelle-Écosse); *Consumer Protection and Business Practices Act*, SNL 2009, c. C-31.1, art. 35 (Terre-Neuve-et-Labrador).

En Colombie-Britannique, en Ontario et au Québec, les consommateurs qui font un achat auprès d'une agence de voyages bénéficient également d'une protection de leur argent. Comme on l'a vu précédemment, ces provinces ont institué des fonds destinés à indemniser les consommateurs s'ils n'ont pas reçu de remboursement pour des services de voyages non rendus¹³². De même, les agences de voyages doivent fournir un cautionnement¹³³ et déposer l'argent reçu du consommateur dans un compte en fidéicommiss¹³⁴.

Dans le domaine événementiel, des provinces ont adopté des dispositions sur la revente de billets de spectacle qui prévoient, dans certaines circonstances, que le revendeur doit rembourser le consommateur lorsque l'événement auquel le billet donne accès est annulé¹³⁵. Ces dispositions, qui s'appliquent uniquement au marché secondaire (et non à la vente directe), pourraient offrir au consommateur un recours en cas d'impossibilité de fournir le service.

4.3. Quelques cas particuliers

Lors de la pandémie de Covid-19, les consommateurs qui réclamaient leur argent ont rencontré une myriade de problèmes particuliers, qui soulèvent autant de questions juridiques. Sans prétendre faire une revue exhaustive de ces écueils, nous présentons ici quelques-uns qui ressortent de notre étude.

4.3.1. Le consommateur qui choisit d'annuler un service

Lors de la pandémie de Covid-19, plusieurs consommateurs se sont trouvés dans une situation où le commerçant était en mesure de fournir le service qu'ils avaient payé... mais où ils ne souhaitaient plus (ou ne pouvaient plus) s'en prévaloir (voir section 2.1.2).

Qu'ils soient en quarantaine, qu'ils craignent d'attraper la Covid-19 ou qu'ils n'aient pas le statut vaccinal requis, des consommateurs ont renoncé à un voyage alors que le vol n'était pas annulé, ou encore se sont abstenus de participer à des événements qui rassemblaient un grand nombre de personnes. Dans d'autres cas, des consommateurs ne pouvaient plus bénéficier d'un service dont la prestation était maintenue par le commerçant, par exemple un spectacle, parce que le vol pour se rendre à destination avait été annulé.

La loi n'apporte guère de remède pour compenser ces consommateurs. En général, un consommateur n'a pas droit à un remboursement lorsqu'il choisit, pour des raisons personnelles, de ne pas bénéficier d'un service qu'il a payé. Un commerçant peut volontairement adopter une politique d'échange ou de remboursement, ou encore accepter de

¹³² *Travel Industry Regulation*, B.C. Reg. 296/2004, art. 15-23 (Colombie-Britannique); *Travel Industry Act*, 2002, S.O. 2002, c. 30, Sched. D, art. 41; *General*, O Reg 17/05, art. 50-71 (Ontario); *Loi sur les agents de voyages*, RLRQ c A-10, art. 30.1-30.7 (Québec).

¹³³ *Travel Industry Regulation*, B.C. Reg. 296/2004, art. 14 (Colombie-Britannique); *General*, O Reg 17/05, art. 25 (Ontario); *Règlement sur les agents de voyages*, RLRQ c A-10, r 1, art. 28-36 (Québec).

¹³⁴ *Travel Industry Regulation*, B.C. Reg. 296/2004, art. 13 (Colombie-Britannique); *General*, O Reg 17/05, art. 27 (Ontario); *Loi sur les agents de voyages*, RLRQ c A-10, art. 33 (Québec).

¹³⁵ *Ticket Sales Act*, SBC 2019, c. 13, art. 6 (Colombie-Britannique); *Consumer Protection Act*, RSA 2000, c C-26.3, art. 57.2 (Alberta); *Ticket Sales Act*, S.O. 2017, c. 33, art. 2 (Ontario); *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 54.9.1, 236.3 (Québec).

négocier avec le consommateur qui change subitement d'idée, mais il n'est pas légalement tenu de le faire¹³⁶.

Néanmoins, le droit de la consommation offre çà et là des possibilités de résiliation pour certains types de transaction qui pourraient être mises à profit par un consommateur dans un scénario où il ne souhaite plus bénéficier d'un service. Par exemple, des lois provinciales permettent de résilier un abonnement sportif dans des délais précis ou sous certaines conditions, généralement en payant une indemnité au commerçant. En Ontario, un tel contrat peut être résilié dans les 10 jours de sa conclusion¹³⁷. Au Québec, un contrat avec un gym peut être résilié pendant le premier dixième de sa durée¹³⁸ et un contrat d'assistance ou d'enseignement peut l'être en tout temps¹³⁹. En Colombie-Britannique, un consommateur peut annuler un contrat d'entraînement pour plusieurs motifs, entre autres s'il a une incapacité médicale qui fait en sorte qu'il est déraisonnable pour lui de participer à l'activité¹⁴⁰.

Cela dit, aucune disposition de la loi ne prévoit un véritable régime général de remboursement du consommateur lors d'un changement de circonstances qui lui sont propres¹⁴¹. Il en résulte que, lorsque plane la menace d'un événement catastrophique, le droit canadien fait paradoxalement en sorte de poser un incitatif économique au consommateur à prendre des risques pour sa sécurité. Alors que la pandémie faisait des ravages, on a ainsi vu des consommateurs choisir de maintenir leurs projets de voyage, quitte à mettre en péril leur santé, plutôt que d'annuler leur séjour et d'essuyer une perte financière. En somme, la loi canadienne ne récompense pas la prudence des consommateurs : pour espérer récupérer leur argent, ils ne peuvent prendre l'initiative de renoncer à un service et doivent attendre que le commerçant soit dans l'impossibilité totale de le fournir.

4.3.2. La prestation différente ou reportée

Dans le cadre de la pandémie de Covid-19, plusieurs commerçants ont dû modifier la façon dont ils ont fourni les services payés par les consommateurs. Ce fut le cas par exemple pour des

¹³⁶ Par exemple, le *Civil Resolution Tribunal* de Colombie-Britannique a refusé d'ordonner le remboursement d'un consommateur dont le voyage pouvait être maintenu malgré les restrictions sanitaires, mais dont il ne souhaitait plus bénéficier. Voir : *Alamolhoda v. Deutsche Lufthansa Aktiengesellschaft*, 2022 BCCRT 1039.

¹³⁷ *Consumer Protection Act*, 2002, SO 2002, c 30, Sch A, art. 35.

¹³⁸ *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 197-205.

¹³⁹ *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 189-196. Au Québec, la loi donne aussi la possibilité au consommateur de résilier à sa guise un contrat de service – ce qui peut inclure une panoplie de types de transactions, notamment des cours privés ou des inscriptions à des ligues sportives. Voir : *Code civil du Québec*, RLRQ c CCQ-1991, art. 2126 et 2129; *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 11.4. Pour un cas d'application dans la pandémie, voir : *Kedziora c. 2738-1557 Québec inc. (Salle de réception Le Challenger)*, 2022 QCCQ 7453.

¹⁴⁰ Cette faculté s'applique aux « contrats de service continus », ce qui inclut notamment les cours de danse, les contrats d'assistance à l'entraînement physique de même que les abonnements donnant accès à des centres de conditionnement physique. L'incapacité du consommateur doit toutefois être confirmée par un professionnel de la santé. Voir : *Business Practices and Consumer Protection Act*, SBC 2004, c. 2, art. 17, 25(3); *Consumer Contracts Regulations*, B.C. Reg. 272/2004, art. 2.

¹⁴¹ Par exemple, un changement dans la situation patrimoniale du consommateur attribuable à la pandémie de Covid-19 n'est pas un motif d'annulation d'un contrat de crédit : *Amex Bank of Canada c. Antippa*, 2022 QCCQ 5320; Jérémie TORRES-CEYTE, « Libres propos sur la force majeure invoquée par le créancier », 2022 100-1 *Revue du Barreau canadien* 26.

services d'enseignement qui ont été offerts à distance plutôt qu'en personne, ou encore d'événements qui ont été tenus avec un nombre d'invités moindre et en respectant les règles de distanciation. Se pose alors la question : un commerçant qui, en raison d'un événement catastrophique, fournit un service différemment de ce qui avait été envisagé au départ manque-t-il à ses obligations contractuelles?

En droit civil, la question est débattue devant les tribunaux au moment où nous écrivons ces lignes. Dans une action collective contre des collègues privés, les demandeurs réclament le remboursement des frais de scolarité payés en alléguant que la qualité et la quantité des cours fournis à distance pendant la pandémie étaient inférieures¹⁴². Dans une autre action collective, les demandeurs reprochent similairement à une station de ski de ne pas avoir fourni aux consommateurs toutes les journées de ski prévues au contrat¹⁴³. Dans une décision de la division des petites créances de la Cour du Québec, le tribunal a estimé que le locateur d'un chalet n'avait pas rempli son obligation, car les règles sanitaires l'empêchaient d'accueillir le nombre de personnes convenu et que l'accès à la cuisine leur serait interdit¹⁴⁴.

Si l'on peut s'attendre à ce que la jurisprudence issue de la pandémie de Covid-19 éclaire les circonstances où un contrat peut demeurer valide, il apparaît que chaque situation devra être évaluée au cas par cas, en fonction notamment de l'intensité de l'obligation à laquelle est tenu le commerçant et du contenu du contrat¹⁴⁵. Selon le professeur Lluelles, un contrat ne pouvant être exécuté temporairement en raison d'une force majeure pourrait être valablement reporté, dans la mesure où le délai d'exécution ne représente pas un élément déterminant du contrat; dans un contrat à exécution successive, le contrat interrompu pour une période de temps ne devrait être annulé « que lorsque cette période est suffisante pour équivaloir à une inexécution¹⁴⁶ ».

Bref, bien que le droit civil pose comme principe qu'un créancier n'est pas tenu de recevoir autre chose que la prestation convenue¹⁴⁷, un contrat pourrait rester valide même s'il s'exécute différemment de ce qui avait été envisagé. Ajoutons que si l'on devait considérer que le commerçant qui fournit un service différemment n'a rempli ses obligations qu'en partie, le consommateur pourrait n'avoir droit qu'à une réduction du prix plutôt qu'à un remboursement complet, puisqu'il aurait pu bénéficier partiellement des services¹⁴⁸.

¹⁴² *Bernard c. Collège Charles-Lemoyne de Longueuil inc.*, 2021 QCCS 3083. Une autre affaire reposant sur des faits a été rejetée pour d'autres motifs : *Larose c. Corporation de l'École des Hautes Études commerciales de Montréal*, 2021 QCCS 2299.

¹⁴³ *Nashen c. Station Mont-Tremblant*, 2022 QCCA 415.

¹⁴⁴ *Smeesters c. 9167-2105 Québec inc. (Aubergine, relais de campagne)*, 2021 QCCQ 13959.

¹⁴⁵ Nathalie VÉZINA et Louise LANGEVIN, « L'exécution de l'obligation », dans BARREAU DU QUÉBEC, *Obligations et contrats*, Collection de droit 2022-2023, vol. 6, Yvon Blais, 2022, p. 104.

¹⁴⁶ Didier LLUELLES, *Droit des obligations*, 3^e éd., Thémis, 2018, par. 2747-2750.

¹⁴⁷ *Code civil du Québec*, RLRQ c CCQ-1991, art. 1561 (2), 1604 CCQ.

¹⁴⁸ Le Code civil prévoit en effet : « Lorsque le débiteur a exécuté son obligation en partie, le créancier demeure tenu d'exécuter la sienne jusqu'à concurrence de son enrichissement. » Voir : *Code civil du Québec*, RLRQ c CCQ-1991, art. 1694 al. 2. En cas de force majeure, le Code civil prévoit de même que si le défaut non justifié du débiteur est de « peu d'importance », le créancier a plutôt droit à une réduction du prix. Voir : *Code civil du Québec*, RLRQ c CCQ-1991, art. 1604 al. 2.

En common law, plusieurs décisions rendues par le *Civil Resolution Tribunal* de Colombie-Britannique dans le cadre de la pandémie de Covid-19 tendent à favoriser la stabilité des contrats. Ces décisions ont donné un éclairage sur les paramètres d'application stricts de la doctrine de la frustration (section 4.1.2), en réitérant qu'un contrat doit être absolument impossible à réaliser pour qu'on y donne ouverture – et non simplement indésirable ou difficile à accomplir¹⁴⁹. Ce tribunal a ainsi refusé d'appliquer la doctrine de l'inexécution, et donc d'ordonner le remboursement des consommateurs, lorsque la prestation pouvait toujours être tenue même si c'était d'une façon considérablement différente.

Dans de nombreuses affaires concernant des mariages, ce tribunal a ainsi considéré que le contrat conclu avec des fournisseurs de services restait valide même si l'événement devrait se dérouler avec d'importantes contraintes imposées par les restrictions sanitaires, notamment quant au nombre d'invités¹⁵⁰. Similairement, le fait qu'un commerçant dispense des cours de ballet en ligne plutôt qu'en classe n'emportait pas l'annulation du contrat¹⁵¹. Même dans des situations où le service devait être reporté à une date ultérieure, ce tribunal n'a pas considéré qu'il s'agissait de cas d'ouverture à la doctrine de l'inexécution¹⁵². En somme, le fait qu'un service soit rendu différemment par le commerçant pour s'adapter à une situation catastrophique n'entraîne pas sur-le-champ un droit au remboursement pour le consommateur.

4.3.3. L'épineuse question de la responsabilité des intermédiaires

Plusieurs transactions annulées lors de la pandémie de Covid-19 avaient été conclues via des plateformes en ligne dans le domaine du voyage ou de la vente de billets. Comme on l'a vu, les contrats de ces intermédiaires stipulent généralement que l'entreprise agit comme un tiers entre le consommateur et le fournisseur de service final, et s'en remettent essentiellement aux politiques de ce dernier pour déterminer les conditions applicables en cas d'annulation (voir section 3.2). Cependant, au regard du droit, il n'est pas certain que ces intermédiaires puissent si aisément écarter leur responsabilité dans la transaction.

D'abord, les intermédiaires en ligne qui réservent des billets d'avion ou des séjours de vacances pour les consommateurs pourraient être qualifiés d'agents de voyage au sens des lois provinciales¹⁵³. Au Québec, ces entreprises sont tenues à une obligation de résultat envers le consommateur¹⁵⁴; si les services ne sont pas rendus, un consommateur pourrait présenter une

¹⁴⁹ *Bal v. Infinite Entertainment Sound and Lighting Inc.*, 2020 BCCRT 865, par. 19.

¹⁵⁰ *Bal v. Infinite Entertainment Sound and Lighting Inc.*, 2020 BCCRT 865; *LaFrance v. Dream Big Weddings and Events*, 2020 BCCRT 1088; *Appelt v. C.P.M. Farms Ltd.*, 2020 BCCRT 1378; *Scharf v. C.P.M. Farms Ltd.*, 2021 BCCRT 565; *Sohi v. Bombay Banquet Hall Ltd.*, 2022 BCCRT 817.

¹⁵¹ *Simpson v. Seary (dba WestCoast Ballet)*, 2021 BCCRT 1239.

¹⁵² *Rudichuk v. Newlands Golf & Country Club Ltd.*, 2020 BCCRT 1350; *Locke v. Lloyds Travel & Cruises Ltd.*, 2021 BCCRT 600; *Brahim Jounh (dba Gateway2Morocco) v. Rozenshteyn*, 2020 BCCRT 1175.

¹⁵³ Rappelons que la Colombie-Britannique, l'Ontario et le Québec ont adopté des lois encadrant les agences de voyage : *Travel industry regulation*, B.C. Reg. 296/2004 (Colombie-Britannique); *Travel Industry Act*, 2002, S.O. 2002, c. 30, Sched. D (Ontario); *Loi sur les agents de voyages*, RLRQ c A-10 (Québec). Au Québec, la possibilité de qualifier un tel intermédiaire d'agence de voyage été abordée dans un jugement d'autorisation d'une action collective : *Mihoubi c. Priceline.com*, 2022 QCCS 25, par. 89-91.

¹⁵⁴ Louis JOLIN, *Droit du tourisme au Québec*, 4^e éd., Presses de l'Université du Québec, 2018, p. 82-89; Roland-Yves GAGNÉ, « La responsabilité des différents intervenants en matière de voyage », (1989) 49 *R. du B.* 521, p. 543-544.

réclamation à son agence de voyages ou au FICAV¹⁵⁵. On notera par ailleurs que plusieurs intermédiaires de voyages en ligne, tels que Flighthub ou Expedia, détiennent un permis d'agent de voyages délivré par l'Office de la protection du consommateur du Québec.

Ensuite, la réglementation sur la revente de billets en vigueur dans certaines provinces fait expressément reposer une obligation de remboursement sur les intermédiaires en ligne en cas d'annulation de l'événement¹⁵⁶. En Ontario, par exemple, le *Ticket Sales Act* énonce que l'obligation de garantir un remboursement s'applique aux opérateurs de plateforme de revente de billets, ce qui inclut notamment des sites web qui facilitent ces transactions¹⁵⁷. Bien qu'elles n'affirment qu'être des tiers au contrat, on constate donc que ces plateformes de revente pourraient être tenues par la loi de rembourser les consommateurs dans plusieurs juridictions.

En outre, en vertu des principes généraux de responsabilité, on peut envisager que des intermédiaires en ligne pourraient être tenus responsables des manquements contractuels du prestataire final du service en fonction du degré de contrôle qu'ils exercent sur ce dernier. En guise d'illustration, une plateforme avec laquelle les consommateurs transigent directement, qui perçoit les paiements, impose les modalités d'achat, assure la gestion du service et fixe des normes minimales applicables aux prestataires pourrait être considérée comme exerçant un niveau de contrôle suffisamment élevé pour être ainsi responsable¹⁵⁸.

Il reste que le droit comporte encore une dose d'incertitude dans la détermination du niveau de responsabilité des intermédiaires en ligne. Compte tenu des nombreux aléas vécus par les consommateurs lors de la pandémie avec ces plateformes en ligne et du rôle prépondérant qu'elles occupent sur le marché, il apparaît nécessaire de mettre à jour les lois canadiennes pour s'assurer que de telles entreprises seront responsables de l'exécution conforme des contrats au même titre que le prestataire de services final.

4.3.4. Les représentations trompeuses ou incomplètes

Les commerçants sont tenus de respecter les représentations qu'ils font aux consommateurs¹⁵⁹. En conséquence, un commerçant qui s'engage volontairement à rembourser les consommateurs en cas d'annulation d'un service, par exemple en l'annonçant sur son site web ou en l'inscrivant dans ses modalités d'achat, doit respecter la teneur de ses engagements. S'il revient sur sa

¹⁵⁵ *Loi sur les agents de voyages*, RLRQ c A-10, art. 30.4; *Roy c. Vacances Tours Mont-Royal*, 2013 QCCQ 1912; *Lebrun c. Voyages à rabais (9129-2367 Québec inc.)*, 2010 QCCQ 1877; *Béland c. Voyage Charterama Trois-Rivières Itée*, 2010 QCCQ 2842; *Doyon c. Vacances Air Transat*, 2009 QCCQ 5672.

¹⁵⁶ *Ticket Sales Act*, SBC 2019, c. 13, art. 6 (Colombie-Britannique); *Consumer Protection Act*, RSA 2000, c C-26.3, art. 57.2 (Alberta); *Ticket Sales Act*, S.O. 2017, c. 33, art. 2 (Ontario). Au Québec, les dispositions de la loi qui traitent de la revente de billets prévoient que le consommateur peut obtenir un remboursement du billet en cas d'annulation, mais ne précisent pas leur champ d'application : *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 54.9.1, 236.3 (Québec). Voir : *Abihisira c. Ticketmaster Canada*, 2022 QCCS 164, par. 3; *Abihisira c. Stubhub inc.*, 2020 QCCS 139, par. 19-24.

¹⁵⁷ *Ticket Sales Act*, S.O. 2017, c. 33, art. 1-2.

¹⁵⁸ Annik BÉLANGER-KRAMS, *Économie du partage : le point de vue des Canadiens*, Option consommateurs, 2017, p. 52-63; Annik BÉLANGER-KRAMS et Katherine GAUTHIER, *Les plateformes numériques d'économie partagée : plus qu'un simple bottin téléphonique virtuel?*, Option consommateurs, 2021, p. 32-35.

¹⁵⁹ Voir notamment : *Loi sur la concurrence*, LRC 1985, c C-34, art. 52; *Consumer Protection Act*, S.O. 2002, c. 30, Sched. A, art. 14 (Ontario); *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 41-42, 219 (Québec).

parole, le consommateur pourrait entreprendre des recours visant à obtenir le remboursement des sommes versées¹⁶⁰. En guise d'illustration, une action collective intentée en Ontario contre Ticketmaster reprochait à cette entreprise de ne pas avoir respecté sa propre politique de remboursement des billets¹⁶¹.

En outre, pour certains types de transactions couvertes par les lois provinciales sur la protection du consommateur, le commerçant doit obligatoirement divulguer des renseignements lors de l'achat. Par exemple, pour les contrats à exécution future¹⁶² ou encore pour les achats par Internet¹⁶³, plusieurs provinces prévoient que le commerçant doit inclure des renseignements dans le contrat, tels qu'une description détaillée du service ou son adresse. Si le commerçant omet de respecter ces obligations de forme, ce pourrait être encore là une justification pour le consommateur de demander l'annulation de la transaction et de requérir un remboursement¹⁶⁴.

4.3.5. Les clauses et les frais illégaux

Plusieurs lois provinciales sur la protection du consommateur interdisent les clauses d'arbitrage obligatoire ou les clauses qui limitent la possibilité pour le consommateur d'intenter une action collective¹⁶⁵. De même, ces lois sont d'ordre public, à savoir qu'on ne peut y déroger par une stipulation contractuelle¹⁶⁶. En conséquence, des clauses excluant le droit de demander la

¹⁶⁰ *Loi sur la concurrence*, LRC 1985, c C-34, art. 36; *Consumer Protection Act*, 2002, S.O. 2002, c. 30, Sched. A, art. 18(1) (Ontario); *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 272 (Québec).

¹⁶¹ *Beaucage v. Ticketmaster Canada Holdings ULC*, 2022 ONSC 5309. Voir aussi : *Patterson c. Ticketmaster Canada Holdings*, 2022 QCCS 1998. Le Bureau de la concurrence a également sanctionné l'entreprise FlightHub pour ne pas avoir respecté ses représentations en matière de remboursement des consommateurs, voir : <https://www.canada.ca/fr/bureau-concurrence/nouvelles/2021/02/enquete-sur-flighthub-prend-fin-avec-des-sanctions-totalisant-58millions-de-dollars-pour-lentreprise-et-des-directeurs.html>

¹⁶² L'expression « à exécution future » (*future performance*) réfère à une obligation contractuelle qui doit être remplie à une date ultérieure. Voir : *Business Practices and Consumer Protection Act*, SBC 2004, c. 2, art. 19 et 23 (Colombie-Britannique); *The Consumer Protection and Business Practices Regulations*, RRS c C-30.2 Reg 1, art. 3-5 (Saskatchewan); *General*, O Reg 17/05, art. 24 (Ontario).

¹⁶³ Voir : *Business Practices and Consumer Protection Act*, SBC 2004, c. 2, art. 46 (Colombie-Britannique); *Internet Sales Contract Regulation*, Alta Reg 81/2001, art. 4-5 (Alberta); *The Consumer Protection and Business Practices Regulations*, RRS c C-30.2 Reg 1, art. 3-5 à 3-7 (Saskatchewan); *Consumer Protection Act*, CCSM c C200, art. 129 (Manitoba); *Consumer Protection Act*, 2002, SO 2002, c 30, Sch A, art. 38-40 (Ontario); *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 54.4-54.6 (Québec); *Consumer Protection Act*, R.S.N.S. 1989, c. 92, art. 21X (Nouvelle-Écosse).

¹⁶⁴ Pour des cas d'application dans le contexte de la pandémie de Covid-19, voir : *Cohen v. Rendezvous Dive Adventures Ltd.*, 2021 BCCRT 552; *Locke v. Lloyds Travel & Cruises Ltd.*, 2021 BCCRT 600.

¹⁶⁵ *Consumer Protection Act*, RSA 2000, c C-26.3, art. 16 (Alberta); *The Consumer Protection and Business Practices Act*, SS 2013, c C-30.2, art. 101 (Saskatchewan); *Consumer Protection Act*, 2002, SO 2002, c 30, Sch A, art. 7-8 (Ontario); *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 11.1 (Québec). Pour les provinces qui ne prévoient pas de disposition de la loi, la question de la légalité de ces clauses est moins limpide. Voir : Annik BÉLANGER-KRAMS, *Économie du partage : le point de vue des Canadiens*, Option consommateurs, 2018, p. 33-35.

¹⁶⁶ *Business Practices and Consumer Protection Act*, SBC 2004, c. 2, art. 3 (Colombie-Britannique); *Consumer Protection Act*, RSA 2000, c C-26.3, art. 2 (Alberta); *The Consumer Protection and Business Practices Act*, SS 2013, c C-30.2, art. 15 (Saskatchewan); *Consumer Protection Act*, CCSM c C200, art. 96 (Manitoba); *Consumer Protection Act*, 2002, SO 2002, c 30, Sch A, art. 7 (Ontario); *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 261-262 (Québec); *Consumer Product Warranty and Liability Act*, SNB 1978, c C-18.1, art. 2(3) (Nouveau-Brunswick); *Consumer Protection Act*, R.S.N.S. 1989, c. 92, art. 21 (Nouvelle-Écosse); *Consumer Protection Act*, RSPEI 1988, c C-19, art. 21 (Île-

rétrofacturation ou qui entraveraient les recours judiciaires du consommateur, comme on en trouve dans les contrats dont nous avons fait l'analyse (voir section 3.3), pourraient être considérées comme inopposables aux consommateurs.

De même, diverses lois provinciales balisent les frais qui peuvent être exigés de consommateurs. Au Québec, par exemple, la *Loi sur la protection du consommateur* énonce notamment qu'aucuns frais ne peuvent être exigés du consommateur, à moins que le contrat ne l'ait précisément stipulé¹⁶⁷. En Ontario, une agence de voyage ne peut exiger de frais, à moins qu'ils n'aient été divulgués au moment de l'achat¹⁶⁸. De telles dispositions pourraient faire échec aux pratiques d'entreprises qui, comme on l'a vu parfois durant la pandémie, retenaient des frais sur les remboursements versés à leurs clients.

du-Prince-Édouard); *Consumer Protection and Business Practices Act*, SNL 2009, c C-31.1, art. 3 (Terre-Neuve-et-Labrador).

¹⁶⁷ *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 12.

¹⁶⁸ *General*, Ontario Regulation 26/05, art 36(c), 38(d). Voir aussi : <https://www.tico.ca/news/registrar-bulletins/415-registrar-bulletin-reminder-about-credit-vouchers-and-notice-to-registrants-charging-fees-or-penalties.html>.

5. Regard sur l'étranger

Les virus ignorant les frontières, l'ensemble des États du monde ont été confrontés à une vague de fermetures de commerces et d'annulations de services lors de la pandémie de Covid-19. Il ressort de notre analyse que des gouvernements étrangers ont fait preuve d'un niveau d'intervention significativement plus important que le Canada dans les relations entre les consommateurs et les commerçants.

Aux États-Unis, les autorités fédérales se sont montrées particulièrement proactives dans le domaine aérien (section 5.1). Au sein de l'Union européenne, les gouvernements sont aussi intervenus directement dans les relations contractuelles, autant pour défendre le droit au remboursement des consommateurs que pour le limiter (section 5.2).

5.1. États-Unis

Comme au Canada, le secteur aérien américain est chapeauté par le gouvernement fédéral. Dès les débuts de la pandémie, le département des Transports américain a vigoureusement pris position en faveur du droit des voyageurs à obtenir un remboursement lorsque leur vol est annulé.

Selon cette agence gouvernementale, le refus d'un transporteur d'offrir une option de remboursement équivaldrait à des pratiques déloyales ou trompeuses au sens de la loi¹⁶⁹. Dès lors qu'un consommateur demande à être remboursé, l'argent doit lui être remis dans un délai de 7 jours s'il a payé par carte de crédit ou dans un délai de 20 jours s'il a payé d'une autre façon¹⁷⁰. La position claire établie par le département des Transports américain contraste avec celle du Canada, où les autorités publiques se sont montrées plus conciliantes envers les transporteurs aériens – et où les consommateurs ont dû faire preuve d'une grande patience pour récupérer leur argent, après des ententes à la pièce (voir section 1.2).

Par ailleurs, les États-Unis se sont montrés proactifs dans d'autres domaines touchant la protection des consommateurs. On note ainsi que le *Centers for Disease Control* a adopté une ordonnance temporaire visant à protéger les locataires en difficultés financières contre les évictions, afin d'éviter la propagation du virus¹⁷¹. Une loi temporaire a aussi interdit les représentations trompeuses relatives au traitement et à la prévention de la Covid-19¹⁷².

¹⁶⁹ Blane A. WORKIE, *Enforcement Notice Regarding Refunds by Carriers Given the Unprecedented Impact of the COVID-19 Public Health Emergency on Air Travel*, US Department of Transportation, 3 avril 2020; *Enhancing Airline Passenger Protections*, 76 Fed. Reg. 23110-01, p. 23129 (25 avril 2011); 49 U.S.C. 41712 (unfair or deceptive practices).

¹⁷⁰ 14 CFR § 259.5 (b) (5). Fait intéressant, la réglementation américaine permet l'annulation de l'achat d'un billet dans les 24 heures suivant la transaction : 14 C.F.R. § 259.5 (b) (4). Au Canada, nous avons identifié des clauses octroyant cette possibilité dans des contrats des transporteurs aériens. Voir : section 3.2.1.

¹⁷¹ CENTERS FOR DISEASE CONTROL AND PREVENTION et DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES, *Temporary Halt in Residential Evictions To Prevent the Further Spread of COVID-19*, Order Under Section 361 of the Public Health Service Act (42 U.S.C. 264) and 42 CFR 70.2, 85 FR 55292, 4 septembre 2020.

¹⁷² *COVID-19 Consumer Protection Act*, Pub. L. No. 116-260, 134 Stat. 1182, Division FF, Title XIV, § 1401.

Pour certains types de transactions, des dispositions éparées de la loi ont également pu porter secours aux consommateurs en matière de remboursement. Par exemple, dans l'État de New York, la loi impose aux revendeurs de billets de rembourser les consommateurs en cas d'annulation de l'événement¹⁷³. Au Massachusetts, le procureur général a intenté des démarches judiciaires contre des intermédiaires de voyages pour récupérer les sommes qui n'avaient pas été remboursées, en se basant notamment sur la réglementation étatique applicable aux agences de voyages¹⁷⁴. De même, comme au Canada, les normes sur les fausses représentations ont pu être invoquées pour amener des commerçants à respecter leurs engagements en matière d'indemnisation des consommateurs¹⁷⁵.

Outre ces situations spécifiques, les principes généraux du droit américain se rapprochent du droit applicable dans les provinces canadiennes de common law. Des décisions judiciaires ont ainsi donné prépondérance au contenu du contrat lorsqu'une clause de « force majeure » stipulait les modalités applicables en cas d'événement fortuit¹⁷⁶. À défaut d'une telle clause, des doctrines de common law peuvent s'appliquer lorsqu'un événement hors de contrôle des parties a rendu l'exécution du contrat soit impossible, soit excessivement onéreuse ou soit sans valeur pour l'une des parties¹⁷⁷. Or, bien que de nombreuses poursuites aient été intentées contre des commerçants dans la foulée de la pandémie de Covid-19, plusieurs auteurs envisagent que ces doctrines recevront une interprétation étroite et que les tribunaux favoriseront la stabilité des contrats¹⁷⁸.

¹⁷³ N.Y. Arts & Cult. Aff. Law § 25.07. Voir aussi : *Attorney General James Secures \$4.4 Million in Refunds for Customers Who Had Events Cancelled Due to COVID-19*, communiqué de presse du Procureur général de l'État de New York, 9 octobre 2021, <https://ag.ny.gov/press-release/2021/attorney-general-james-secures-44-million-refunds-customers-who-had-events>

¹⁷⁴ *The sale of travel services*, 940 CMR 15.00; *AG Healey Secures More Than \$500,000 From Online Travel Agency That Took Money From Consumers and Refused to Pay Refunds*, Office of Attorney General Maura Healey, 9 décembre 2020, <https://www.mass.gov/news/ag-healey-secures-more-than-500000-from-online-travel-agency-that-took-money-from-consumers-and-refused-to-pay-refunds>

¹⁷⁵ Par exemple, le procureur général du District de Columbia a intenté des démarches contre un centre de conditionnement physique qui n'avait pas respecté sa promesse de « geler » les abonnements. Voir : <https://oag.dc.gov/release/ag-racine-sues-washington-sports-club-charging-gym>. De même, la plateforme Stubhub a fait l'objet de démarches judiciaires car elle n'avait pas respecté sa garantie de remboursement : https://www.ag.state.mn.us/Office/Communications/2021/09/16_StubHub.asp

¹⁷⁶ Brian H. BIX, « COVID Concerns: Some Realism About Equitable Relief », (2022) 85 *Law and Contemporary Problems* 37, p. 38.

¹⁷⁷ Regroupées sous le vocable de « doctrines de changement de circonstances », ces doctrines comprennent *l'impossibility*, *l'impracticability* et la *frustration of purpose*. Voir : Danielle KIE HART, « If Past Is Prologue, Then the Future Is Bleak: Contracts, COVID-19, and the Changed Circumstances Doctrines », (2022) 9 *Tex. A&M L. Rev.* 347, p. 357-361.

¹⁷⁸ Andrew A. SCHWARTZ, « Frustration, the MAC Clause, and COVID-19 », (2022) 55 *U.C. Davis L. Rev.* 1771; Xuan-Thao NGUYEN, « Contract Impossibility from the Spanish Flu of 1918 to the COVID-19 Pandemic », (2021) 76 *N.Y.U. ANN. SURV. AM. L.* 779, p. 813-817; Danielle KIE HART, « If Past Is Prologue, Then the Future Is Bleak: Contracts, COVID-19, and the Changed Circumstances Doctrines », (2022) 9 *Tex. A&M L. Rev.* 347, p. 357-380.

5.2. Europe

5.2.1. Dans l'Union européenne

L'Union européenne (UE) prévoit un encadrement supranational pour les domaines du voyage et du transport. Pour les autres entreprises touchées par les fermetures survenues lors de la pandémie de Covid-19, ce sont principalement les lois nationales qui trouvent application.

Le droit européen est limpide en matière de remboursement des passagers aériens. En vertu d'un règlement de l'UE, un transporteur aérien doit rembourser le consommateur dès lors que son vol est retardé de plus de cinq heures ou, le cas échéant, le ramener à son point d'origine¹⁷⁹. Le remboursement doit être effectué dans un délai de 7 jours, sous forme d'argent; pour émettre un crédit ou une autre forme d'indemnisation, le consommateur doit donner son accord signé¹⁸⁰. En outre, le règlement prévoit que des indemnités additionnelles devront être versées au consommateur, sauf si l'annulation « est due à des circonstances extraordinaires qui n'auraient pas pu être évitées même si toutes les mesures raisonnables avaient été prises.¹⁸¹ »

En plus du domaine aérien, l'UE a adopté des règlements sur le transport par train¹⁸², par autobus¹⁸³ et par bateau¹⁸⁴ qui prévoient similairement un droit au remboursement en cas d'annulation¹⁸⁵. En outre, une directive européenne sur les voyages à forfait¹⁸⁶ énonce que si l'organisateur du voyage « est empêché d'exécuter le contrat en raison de circonstances exceptionnelles et inévitables », il peut annuler la prestation et rembourser intégralement le voyageur dans un délai de 14 jours¹⁸⁷. Cette même directive ajoute que le consommateur peut résilier le contrat et obtenir un remboursement si « des circonstances exceptionnelles et inévitables, survenant au lieu de destination ou à proximité immédiate de celui-ci, ont des conséquences importantes sur l'exécution du forfait ou sur le transport des passagers vers le lieu de destination.¹⁸⁸ »

¹⁷⁹ Règlement (CE) n° 261/2004 du Parlement européen et du Conseil du 11 février 2004 établissant des règles communes en matière d'indemnisation et d'assistance des passagers en cas de refus d'embarquement et d'annulation ou de retard important d'un vol, et abrogeant le règlement (CEE) n° 295/91, JO L 46 du 17.2.2004, p. 1–8 (ci-après « Règlement (CE) no 261/2004 »), art. 5 (1) c) et 8.

¹⁸⁰ *Id.*, art. 8 (1) et 7 (3).

¹⁸¹ *Id.*, art. 5 (3).

¹⁸² Règlement (CE) no 1371/2007 du Parlement européen et du Conseil du 23 octobre 2007 sur les droits et obligations des voyageurs ferroviaires, JO L 315 du 3.12.2007, art. 16.

¹⁸³ Règlement (UE) no 181/2011 du Parlement européen et du Conseil du 16 février 2011 concernant les droits des passagers dans le transport par autobus et autocar et modifiant le règlement (CE) no 2006/2004, JO L 55 du 28.2.2011, art. 19.

¹⁸⁴ Règlement (UE) no 1177/2010 du Parlement européen et du Conseil du 24 novembre 2010 concernant les droits des passagers voyageant par mer ou par voie de navigation intérieure et modifiant le règlement (CE) no 2006/2004, JO L 334 du 17.12.2010, art. 18.

¹⁸⁵ COMMISSION EUROPÉENNE, *Orientations interprétatives relatives aux règlements de l'UE sur les droits des passagers au regard de l'évolution de la situation en ce qui concerne le Covid-19*, 2020/C 89 I/01, p. 4-7.

¹⁸⁶ Les voyages à forfait consistent en une combinaison de plusieurs services de voyages (par exemple un vol et un hébergement) pour un même séjour.

¹⁸⁷ Directive (UE) 2015/2302 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2015 relative aux voyages à forfait et aux prestations de voyage liées, modifiant le règlement (CE) n° 2006/2004 et la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 90/314/CEE du Conseil, art. 12.

¹⁸⁸ *Id.*, art. 12 (2).

Outre ces secteurs, la législation européenne n'encadre pas les conséquences de l'annulation de la fourniture d'un service pour des raisons imprévues. Chaque État membre de l'UE reste libre de prévoir des modalités applicables aux situations de force majeure, notamment en imposant aux consommateurs l'acceptation d'un bon d'échange. En revanche, le droit général de la protection du consommateur de l'UE continue à trouver application à ces situations. Par exemple, un commerçant qui contraindrait les consommateurs à payer le plein prix de services qui ne peuvent être rendus pourrait contrevenir au droit de l'UE, lequel interdit les clauses abusives¹⁸⁹.

5.2.2. Dans trois États membres : France, Italie et Belgique

Dans la présente étude, nous avons étudié le droit national de trois États membres de l'UE : la France, l'Italie et la Belgique. Dans ces trois pays de tradition civiliste, le droit prévoit des solutions qui se rapprochent du droit civil québécois en matière de remboursement des consommateurs lors d'événements catastrophiques.

En effet, les principes généraux du droit de ces États énoncent qu'un débiteur peut se libérer d'une obligation en cas de force majeure ou, en Italie, si l'exécution devient impossible à exécuter¹⁹⁰. Le cas échéant, cela entraînera la restitution des prestations, à savoir le remboursement du consommateur¹⁹¹. Si la force majeure n'est que temporaire, l'exécution de la prestation pourrait être simplement suspendue; par exemple, le temps perdu d'un abonnement sportif pourrait valablement être reporté à plus tard¹⁹². En outre, si la prestation devient « excessivement onéreuse » à réaliser en raison d'un changement de circonstances imprévisible lors de la conclusion du contrat, la partie touchée peut forcer la renégociation du contrat¹⁹³.

Afin d'éviter aux entreprises d'avoir à rembourser l'ensemble de leurs clients, les gouvernements de ces États se sont montrés bien plus interventionnistes que le Canada dans les relations entre les commerçants et les consommateurs au cours de la pandémie de Covid-19¹⁹⁴.

¹⁸⁹ Directive 93/13/CEE du Conseil du 5 avril 1993 concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs, JOUE L 95 du 21 avril 1993.

¹⁹⁰ Code civil, art. 1218 (France); Codice Civile, art. 1256 (Italie); Code civil, art. 5.99, 5.225, 5.226 (Belgique).

¹⁹¹ Code civil, art. 1351, 1351-1 (France); Codice Civile, art. 1463, 1464 (Italie); Code civil, art. 5.101, 5.119 (Belgique).

¹⁹² Constance VERROUST-VALLIOT et Serge PELLETIER, *L'impact du covid-19 sur les contrats de droit privé*, Dalloz Actualité, 9 juin 2020, <https://www.dalloz-actualite.fr/node/l-impact-du-covid-19-sur-contrats-de-droit-prive> (France); Gianluigi DELLE CAVE, *Coronavirus e inadempimento contrattuale*, Altalex, 28 février 2020, <https://www.altalex.com/documents/news/2020/02/28/coronavirus-e-inadempimento-contrattuale> (Italie); Jean VAN ZUYLEN, « Coronavirus et force majeure : questions choisies », (2020) 7 *Revue générale de droit civil belge* 382, p. 390-391 (Belgique).

¹⁹³ Code civil, art. 1195 (France); Codice Civile, art. 1467-1468 (Italie); Code civil, art. 5.74 (Belgique). La portée de ces dispositions dans le contexte de la Covid-19 reste toutefois incertaine selon plusieurs auteurs. Voir : Olivier GOUT, *Covid-19 et responsabilité contractuelle*, Actes de colloques « Covid-19 et droit de l'indemnisation », 28 juillet 2022; Jean VAN ZUYLEN, « Coronavirus et force majeure : questions choisies », (2020) 7 *Revue générale de droit civil belge* 382, p. 397-398. Au Québec, cette « théorie de l'imprévision » n'a pas été acceptée en droit civil : *Churchill Falls (Labrador) Corp. c. Hydro-Québec*, 2018 CSC 46, par. 93.

¹⁹⁴ Par exemple, la France a adopté la *Loi n° 2020-290 du 23 mars 2020 d'urgence pour faire face à l'épidémie de covid-19*, qui prévoit notamment que le gouvernement peut modifier les obligations réciproques des parties dans les

Tous ont adopté des ordonnances qui excluait temporairement l'application des dispositions civilistes sur le remboursement, en autorisant les commerçants des secteurs du voyage¹⁹⁵ et de l'événement (sport, théâtre, festivals)¹⁹⁶ à remettre des crédits aux consommateurs. Ce n'est qu'au terme de l'expiration de la durée de validité de ce crédit, qui s'étendait sur une période pouvant parfois aller au-delà d'un an, que le consommateur pouvait exiger un remboursement.

Plusieurs de ces ordonnances ont toutefois été contestées par la Commission européenne, qui estimait qu'elles n'étaient pas conformes aux exigences de remboursement prévues au règlement sur le transport aérien ou à la directive sur les voyages à forfait. Cette autorité supranationale est donc intervenue pour assurer l'application du droit de l'UE, à la fois en intentant des démarches envers les États membres où le cadre de protection n'avait pas été respecté et envers des entreprises qui tardaient à rembourser les consommateurs¹⁹⁷. On remarque donc que l'UE a été le théâtre de tensions entre, d'une part, les États membres qui tentaient d'atténuer les impacts économiques du droit sur les entreprises, et, d'autre part, la Commission européenne qui voulait préserver les protections offertes aux consommateurs.

contrats. Voir : *LOI n° 2020-290 du 23 mars 2020 d'urgence pour faire face à l'épidémie de covid-19 (1)*, art. 11. En Belgique, le *Code de droit économique* prévoit que le ministre de l'Économie peut régler la prestation de service « lorsque des événements exceptionnels mettent ou sont susceptibles de mettre en péril tout ou partie du bon fonctionnement de l'économie ». Voir : *Code de droit économique*, art. XVIII.1.

¹⁹⁵ *Ordonnance n° 2020-315 du 25 mars 2020 relative aux conditions financières de résolution de certains contrats de voyages touristiques et de séjours en cas de circonstances exceptionnelles et inévitables ou de force majeure*, JORF n°0074 du 26 mars 2020 (France); *Decreto-Legge (2 Mar. 2020) no 9, Misure urgenti di sostegno per famiglie, lavoratori e imprese connesse all'emergenza epidemiologica da COVID-19*, GU 161, no 53, art. 28 (Italie); *Arrêté ministériel relatif au remboursement des voyages à forfait annulés*, 19 mars 2020 (Belgique).

¹⁹⁶ *Ordonnance n° 2020-538 du 7 mai 2020 relatif aux conditions financières de résolution de certains contrats en cas de force majeure dans les secteurs de la culture et du sport*, JORF n°0113 du 8 mai 2020 (France); *Decreto-Legge (17 Mar. 2020) no 18, Misure di potenziamento del Servizio sanitario nazionale e di sostegno economico per famiglie, lavoratori e imprese connesse all'emergenza epidemiologica da COVID-19*, GU Serie Generale, no 70, art. 88 (Italie); *Arrêté ministériel relatif aux activités à caractère privé ou public, de nature culturelle, sociale, festive, folklorique, sportive et récréative*, 19 mars 2020 (Belgique).

¹⁹⁷ COMMISSION EUROPÉENNE, *Procédures d'infraction du mois de juillet : principales décisions*, 2 juillet 2020, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/INF_20_1212; COMMISSION EUROPÉENNE, *Voyages aériens*, https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/coordinated-actions/air-travel_fr.

Conclusion et recommandations

Plus que jamais, le Canada doit prévoir l'imprévu. À l'avenir, les événements catastrophiques menacent de se présenter plus fréquemment et avec une plus forte intensité (section 1.1). La pandémie de Covid-19 est donc une occasion de tirer des leçons en prévision de ce futur tumultueux, notamment quant à la protection adéquate à donner aux consommateurs lors de tels événements.

Il ressort de notre étude que les consommateurs canadiens, au cours de la pandémie de Covid-19, ont rencontré bien des écueils pour obtenir un remboursement à la suite des annulations massives de services. De nombreux commerçants, en particulier les transporteurs aériens, ont laissé les consommateurs bredouilles pendant des années (section 1.2). Bien que la majorité des consommateurs ont finalement pu obtenir une indemnité satisfaisante pour les services non rendus, ils rapportent généralement avoir dû composer avec des délais interminables, un manque d'information chronique de la part des entreprises et des difficultés de communication (section 2). Sans équivoque, les consommateurs veulent avoir le choix d'être remboursés. Même s'ils se sont montrés compréhensifs devant les difficultés auxquelles les entreprises ont été confrontées, ils pourraient être moins patients si une crise similaire survient à nouveau.

Au sortir de la crise, les politiques des commerçants en matière d'indemnisation restent encore à parfaire. Leurs modalités d'achat manquent parfois de clarté quant à ce qu'il advient en cas d'événement catastrophique et varient selon les secteurs. En particulier, les plateformes en ligne d'achat de services de voyages ou de billets tendent à exclure leur responsabilité dans la transaction et s'en remettent aux prestataires de services finaux pour déterminer les droits du consommateur. Plusieurs entreprises stipulent aussi des clauses qui pourraient entraver la possibilité des consommateurs d'être pleinement compensés en cas d'événement catastrophique, notamment en s'autorisant à retenir des frais sur le montant remis, en offrant des assurances truffées d'exclusions, en interdisant aux consommateurs de transférer leur droit d'accès au service ou carrément en leur interdisant de faire valoir certains de leurs recours légaux pour récupérer leur argent (section 3).

Face à ces difficultés, le droit canadien montre des lacunes pour protéger adéquatement le public. Si la loi prévoit le remboursement des consommateurs lorsqu'une prestation est impossible à réaliser, elle tend néanmoins à favoriser la stabilité des contrats et le maintien de la tenue d'une prestation même si celle-ci doit se réaliser de manière fort différente en raison de la situation catastrophique (section 4). Le droit de la consommation offre çà et là des mécanismes qui peuvent prêter main-forte au consommateur lorsque le commerçant ne fournit pas un service comme convenu, mais ces dispositions disparates sont morcelées selon les juridictions et selon les types de transactions, sans véritable régime d'ensemble.

En outre, le droit n'apporte pas de solution à des situations particulières révélées dans la foulée de la pandémie (section 4.3). Parmi ces lacunes, citons la difficulté pour le consommateur de demander l'annulation d'un service (et obtenir un remboursement) lorsque le commerçant peut fournir la prestation, mais que le consommateur ne souhaite pas en bénéficier pour des raisons légitimes telles que des craintes pour sa santé. En privant le consommateur de la faculté d'obtenir l'annulation du service, le droit a eu pour effet paradoxal, lors de la pandémie, de

poser un incitatif économique à ce qu'il s'expose au risque et contribue à la transmission du virus.

Le Canada s'est distingué d'autres pays au cours de la pandémie de Covid-19 en tardant à intervenir dans les relations entre les commerçants et les consommateurs (section 5). Plutôt que de déterminer les indemnités à offrir par les commerçants, comme nombre d'États l'ont fait, le Canada a généralement adopté une approche de laissez-faire qui a causé une grande incertitude quant aux droits et obligations de chacun. Afin d'assurer de la prévisibilité au droit et d'éviter bien des misères à l'ensemble des parties prenantes, il aurait été plus judicieux de déterminer en amont des solutions équitables en matière contractuelle.

Afin de colmater ces brèches dans le filet de protection du consommateur, nos recommandations visent à élargir les droits au remboursement du consommateur en cas d'événement catastrophique et à mieux encadrer les modalités.

Recommandations aux gouvernements fédéral et provinciaux :

- **Établir un régime de protection des consommateurs applicable lors d'événements catastrophiques prévoyant les éléments suivants :**
 - **une option de remboursement obligatoire des consommateurs lorsque le commerçant est dans l'incapacité de livrer le service ou qu'un événement irrésistible a des conséquences importantes sur l'exécution de la prestation;**
 - **le droit pour le consommateur d'annuler un service et d'obtenir un remboursement s'il ne souhaite pas en bénéficier pour des motifs liés à la survenance d'un événement irrésistible, tels que des risques pour sa santé ou sa sécurité;**
 - **l'imposition de délais précis pour indemniser les consommateurs, en tenant compte à la fois des besoins des consommateurs et des difficultés financières pouvant être éprouvées par les commerçants;**
 - **l'interdiction d'imposer des frais supplémentaires au consommateur lors du versement d'un remboursement;**
 - **des obligations d'information continue des entreprises, notamment via leur site web;**
 - **des mécanismes de protection des sommes payées par les consommateurs, tels que des fonds d'indemnisation et le versement de cautionnements par les commerçants.**

- **Adopter des dispositions légales limitant les clauses interdisant le transfert ou la revente de droits d'accès à un service, de façon à permettre à un consommateur d'éviter une perte financière s'il ne souhaite plus bénéficier d'un service.**

- Clarifier les lois sur la protection du consommateur de manière qu'un intermédiaire en ligne soit solidairement responsable avec le fournisseur de services final de rembourser le consommateur.
- Enquêter sur les modalités contractuelles des entreprises de services faisant affaires au Canada afin d'y faire retirer les clauses qui ne respectent pas les lois sur la protection du consommateur en vigueur.

Recommandation au gouvernement fédéral :

- Modifier le *Règlement sur la protection des passagers aériens* de manière à permettre aux passagers dont le vol a été perturbé pour un motif hors du contrôle du transporteur de choisir d'obtenir un remboursement immédiat si le retard a pour effet de compromettre la raison de son voyage.

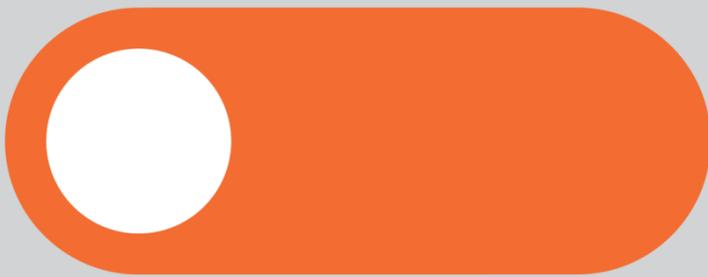
Recommandations aux commerçants :

- Améliorer le service à la clientèle et la transparence avec les consommateurs lors d'événements catastrophiques.
- Établir des politiques claires sur les événements catastrophiques, en offrant aux consommateurs l'option d'obtenir un remboursement.
- Rédiger les contrats d'utilisation des services dans un langage clair et accessible, de façon que le consommateur puisse aisément comprendre ses obligations.

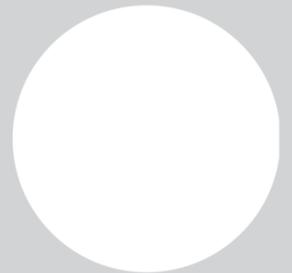
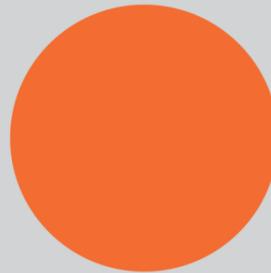
Recommandations aux consommateurs :

- Se renseigner sur les politiques des entreprises en cas d'événement catastrophique avant d'acheter un service, notamment quant aux politiques de remboursement et aux exclusions applicables aux assurances offertes par le commerçant.
- Se méfier des intermédiaires de voyages en ligne « à bas prix », dont les modalités d'achat et le service à la clientèle peuvent être désavantageux.

Annexe 1 – Guide de discussion (version française)



*Perception sur les offres
d'indemnisation suite aux
annulations d'achat de service
engendrées par la pandémie*



GUIDE DE DISCUSSION



INTRODUCTION ET PRÉSENTATION DES PARTICIPANTS

10 MIN.

- ▶ Mot de bienvenue
- ▶ **Sujet** de ce soir : Les annulations d'achats que de nombreuses entreprises ont dû faire pendant la pandémie car les règles sanitaires les empêchaient de fournir le service.
 - Ont touché différents secteurs : transport aérien, hôtels, gyms, spectacles, événements, etc.
 - Ont été gérées de différentes façons par les commerçants : remboursements, crédits ou bons d'achat différés, prolongation d'abonnement ou autres
 - Discussion sur vos expériences et votre point de vue sur la façon dont les commerçants ont géré cette vague d'annulations
- ▶ Discussion **d'exploration** :
 - pas de **bonnes** ou **mauvaises** réponses; ce qu'on attend de vous : une discussion la plus **authentique** possible sur votre **expérience**, votre **ressenti** et vos **perceptions** personnelles reliées à cette situation
 - **pas de recherche de consensus** : existence d'éléments différents dans toutes vos situations d'achat; n'hésitez pas à dire quelque chose même si vous avez l'impression d'être seul(e) à l'avoir vécu ou le penser
 - ouverture à la **diversité des opinions dans le respect** de celles des autres (pas de jugement)
- ▶ **Rôle** de l'animatrice :
 - Passer à travers un ensemble de **questionnements préétablis**
 - Bien **comprendre vos réponses** et ce qui les motive
 - **Donner la parole à tous** de façon équitable, tout en respectant le style de chacun
 - **Gérer le temps** pour rester dans l'heure et demie prévues
- ▶ Pour assurer un **bon déroulement** de la discussion et éviter les interférences :
 - Évacuer les **distractions** autour de vous (téléphone, courriel, notifications, famille)
 - **Micros** fermés sauf quand vous avez la parole
 - Alternance de tours de « table » dirigés et de discussions plus spontanées : utilisation de la **fonction main levée** pour vous exprimer dans les discussions spontanées ou ajouter quelque chose/réagir aux propos de quelqu'un

- ▶ Rencontre **enregistrée** : permet de me concentrer sur discussion sans avoir à prendre des notes
+ enregistrement seulement utilisé pour pouvoir écrire le rapport et effacé ensuite et **rapport anonyme**
- ▶ Des **questions** avant de commencer?
- ▶ Brève **présentation** des participants :
 - Région/Ville de résidence?
 - Occupation?
 - Situation familiale?

DESCRIPTION DES ACHATS ANNULÉS

10 MIN.

Tour de « table » où chacun explique la nature de son/ses achats annulés

Demander de rester assez descriptif pour qu'on comprenne bien les situations dans un premier temps.

Dire qu'on va se concentrer dans un premier temps sur les achats annulés par un fournisseur et non les cas où le client ne pouvait/voulait pas le service ou ceux où les services ont été fournis d'une façon différente : ces cas seront couverts plus tard dans la discussion

- ▶ **Type de service** pour lequel (ou lesquels) vous avez vécu une expérience d'annulation en raison de la pandémie?
- ▶ **Quand** aviez-vous fait l'achat? (année + avant/pendant pandémie)?
- ▶ **Comment** aviez-vous fait l'achat : directement auprès du fournisseur de services ou par l'entremise d'un intermédiaire? (ex. agence de voyages ou site transactionnel comme Expedia)
- ▶ **Importance/signification** de cet achat pour vous?
- ▶ Si achats effectués pendant la pandémie : quand vous avez fait l'achat aviez-vous une **Crainte** ou aviez-vous **anticipé** que celui-ci **puisse être annulé** en raison des restrictions sanitaires?

PROCESSUS D'INDEMNISATION

30 MIN.

Tours de « table » où chacun explique le processus d'indemnisation vécu

Si plusieurs achats se concentrent chacun son tour sur celui considéré comme le principal (au choix du participant montant \$, importance émotive, etc.) puis on fera un tour pour les autres achats selon le temps qu'il reste

Demander de nouveau de rester assez descriptif sur le processus dans un premier temps, les réactions et perception des mesures d'indemnisation seront discutées ensuite

- ▶ **Comment** les choses se sont-elles **passées** au moment de l'annulation ou du report?
 - Quand en avez-vous été informé?
 - Qui a initié le contact : vous ou le commerçant?
 - Si le commerçant : par quel moyen vous a-t-il contacté?
 - Courriel, appel, autre?
 - Personnalisé ou de masse? En personne ou robotisé?
- ▶ Quel type **d'indemnisation** vous a-t-on **proposé initialement**? Remboursement, crédit échangeable contre un achat ultérieur, report, service fourni différemment de ce qui avait été prévu, autre, rien?
 - Vous a-t-on offert **une seule ou plusieurs options** d'indemnisation?
 - À ceux qui avaient fait l'achat par un intermédiaire : ceci vous a-t-il été offert **directement** par le commerçant ou par **l'intermédiaire** avec qui vous aviez fait l'achat?
 - Si remboursement : **plein montant** ou non? Pourquoi?
 - Si autre solution que remboursement : y avait-il des **conditions** ou des **restrictions** applicables à l'offre du commerçant? (par exemple : date d'expiration sur le crédit)
- ▶ Avez-vous **tenté d'obtenir un autre type d'indemnisation** que celui qu'on vous offrait initialement ou **d'assouplir des conditions ou restrictions** imposées?

Si oui : quelles **démarches** avez-vous faites pour cela? Sonder au besoin, selon le type d'achat :

- Contacter le service à la clientèle de l'entreprise?
- S'adresser à vos assurances?
- Essayer d'obtenir un remboursement via la carte de crédit utilisée pour l'achat (ex. assurances, rétro-facturation)?
- Faire arrêter des paiements préautorisés?
- Billet d'avion : signer la pétition présentée par Option consommateurs à la Chambre des communes pour exiger le remboursement du billet plutôt qu'un crédit
- Québec : réclamation au FICAV (Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyage)
- Autres : plaintes à des organismes, contacter votre député, tribunaux, etc.?

▶ Qu'avez-vous **obtenu finalement**?

- Si remboursement : montant total ou une partie seulement?
- Si report ou crédit : avez-vous pu utiliser le crédit ou le report / pensez-vous que vous allez pouvoir le faire? Si non : pourquoi?
- Si choix parmi plusieurs options : qu'est-ce qui a motivé votre choix final?

NIVEAU DE SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'OFFRE ET DU PROCESSUS 30 MIN.

▶ Dans quelle mesure avez-vous été **satisfait(e)** de l'**indemnisation obtenue** ?

- Sur le moment? Pourquoi?
- En rétrospective? Pourquoi?

▶ Comment **qualifieriez-vous** le **processus général** pour obtenir cette indemnisation? (sonder au besoin : simple ou complexe?)

- **Pourquoi?**
- **Bonnes pratiques** ou **manques** identifiés?

Sonder si non spontané :

- **Difficultés** rencontrées : lesquelles et comment les avez-vous surmontées?
- **Communication** :
 - Quels étaient les **moyens de communication demandés** par le fournisseur? Était-ce adéquat? Pourquoi?
 - Le **service à la clientèle** était-il adéquat? Pourquoi?
 - Considérez-vous avoir été **adéquatement informé** sur les **modalités** de remboursement ou d'émission de crédit/report suite à l'annulation? Pourquoi?
- **Délais** :
 - **Combien de temps** le processus a-t-il **duré** en tout?
 - a) Entre prise de connaissance de l'annulation et pouvoir parler à quelqu'un pour connaître offre
 - b) Entre connaître offre initiale et obtenir l'offre finale
 - Trouvez-vous que ce sont des **délais raisonnables ou longs**? Pourquoi? À partir de quand s'agit-il d'un délai non-raisonnable?
- Avez-vous eu des **frais à payer**? Pourquoi? Qu'en pensez-vous?

DISCUSSION SUR LES SOLUTIONS

10 MIN.

- ▶ Selon vous, quel est **l'avantage d'avoir un crédit ou un report**, plutôt qu'un remboursement en argent?
 - Dans quels cas croyez-vous qu'offrir un crédit ou un report est préférable?
 - Lorsque le commerçant n'offre **pas de remboursement** en argent, estimez-vous qu'il devrait offrir une **indemnité supplémentaire**? (par exemple, donner des mois gratuits pour un abonnement au gym)
- ▶ Pensez-vous que le **gouvernement en a suffisamment fait** pour permettre aux consommateurs d'obtenir un **remboursement en argent**? Si non : qu'aurait-il dû faire de plus?
- ▶ Quelles sont vos **suggestions pour améliorer la situation que vous avez vécue** dans l'éventualité d'une nouvelle pandémie?

CAS PARTICULIERS

10 MIN.

- ▶ Depuis que la pandémie a commencé avez-vous vécu une situation où **le commerçant pouvait** fournir le service, mais que **vous ne vouliez pas ou ne pouviez pas** l'obtenir? (crainte d'attraper le virus, impossibilité de sortir de la région, maladie, refus des règles sanitaires ou règles sanitaires nuisant à la qualité d'un événement – ex. mariage - etc.)
 - De **quel service** parle-t-on et quelles étaient les **raisons** pour lesquelles vous n'avez pas pu/voulu bénéficier du service?
 - Le commerçant vous a-t-il offert une **solution**?
 - Si oui : **Laquelle**? Dans quelle mesure l'avez-vous jugée **satisfaisante**?
- ▶ Toujours depuis le début de la pandémie, avez-vous vécu une situation où le commerçant a **fourni le service**, mais **d'une façon différente** (ex. en ligne)?
 - **Décrire** la situation et la façon alternative dont le service a été offert
 - Trouvez-vous que cette offre est **équivalente**? Est-ce que cela a la **même valeur** selon vous?
 - Selon vous que devrait faire un commerçant s'il ne peut pas fournir le service exactement comme prévu? (par exemple s'il le fournit à distance plutôt qu'en personne)

NOTIONS JURIDIQUES

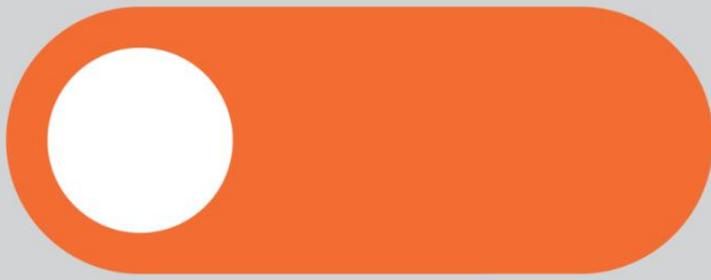
10 MIN.

- ▶ Que **pensez-vous que la loi dit** pour les situations où un commerçant ne peut **pas fournir un service en raison d'un cas de force majeure**?
- ▶ Pensez-vous qu'une entreprise peut mettre une **clause dans le contrat** (ou les conditions d'utilisation) qui lui **permet de refuser de vous rembourser**?
- ▶ Selon vous, **les lois ont-elles bien protégé les consommateurs** lors de la pandémie?
 - Pourquoi?
 - Si non : qu'est-ce que vous proposeriez comme changement à la loi?

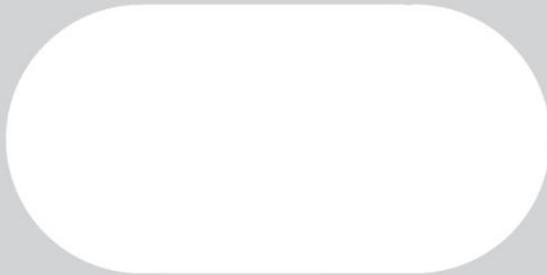
CONCLUSION

- ▶ Des choses à **ajouter** suite à notre discussion?

Annexe 2 – Guide de discussion (version anglaise)



Perceptions about the compensation process following purchase cancellation caused by the pandemic.



DISCUSSION OUTLINE

INTRODUCTION 10 MIN.

- ▶ Welcome
- ▶ **Tonight's topic:** Purchase cancellations made by businesses during the pandemic because health rules did not allow them to provide the service.
 - Different sectors were affected: transportations, hotels, gyms, shows, events...
 - Cancellations were managed in various ways by businesses: repayment, credits, extended subscriptions
 - We want to know about your experience and your perceptions as to how the cancellations were managed.
- ▶ **Discussion**
 - No wrong answer, right answer, just your honest opinion based on your experiences, feelings and perceptions.
 - **No consensus needed.** We want to hear a variety of experiences and perceptions. Don't hesitate to say something even if you think you are the only one to think or experience it.
 - Respect of each other's opinions (no judgements)
- ▶ **Moderator's role:**
 - Go through a series of pre-established questions
 - Understand well your answers
 - Insure everyone's participation
 - Manage time
- ▶ **To ensure a smooth process**
 - Avoid distractions
 - Close off your mics when you do not speak
 - There will be turns for each one to talk, other forms of spontaneous conversation and you can also use the "hand raise" function to speak.
- ▶ **Recordings and confidentiality**
- ▶ **Participants' presentation**
 - City
 - Occupation?
 - Personal situation?

DESCRIPTION OF CANCELLED PURCHASES

10 MIN.

Turns to explain the nature of the cancelled purchase.

What were the purchase **cancellations** that you experienced? We want to talk about purchases that were cancellation by the provider or the seller.

Tell respondents to be very descriptive so that we understand their situation at first.

Tell respondents that we will focus on purchases that have been cancelled by the merchant and not those cancelled by the participant (because he could not use the service, did not use the service or because the service was supplied differently.) We will talk about those situations later during the group.

Type of services which were cancelled)

- ▶ **When did you do it?** Before or during the pandemic (were you concerned?)
- ▶ **How did you buy the service?** Directly from the company or through an intermediary (e.g.: Air Canada vs Expedia) If plane ticket, travel agency and airline.
- ▶ **How important** was this purchase for you?
- ▶ If purchase made during the pandemic: were you **concerned** when you bought your service or did you anticipate that your purchase could be cancelled?

COMPENSATION PROCESS

30 MIN.

Turns to explain the compensation process.

We will talk about the most important cancellation purchase that you experience

Can you please explain how your compensation process occurred?

If there were many purchases, focus on the most important (in terms of amount or sentimental value, depending on the choice of the participant). If we have time, we will talk about the other purchases.

Tell respondents to remain descriptive about the process, reactions and perceptions about the compensation process will be discussed later.

How did it go at the time of the cancellation/postponement?

- When were you informed?
- Who initiated the contact, the merchant or you?
- How did the merchant contact you?

E-mail, call, other...

- Personalized, mass communication, robotized?

▶ **What type of compensation** were you offered? Refund, credit, postponement, another service, other, nothing?

- Were you offered several solutions or only one?
- Purchase made through an intermediary: was the compensation offered by the merchant or the intermediary?
- If refund: full amount or not?
- If other compensation than refund: Were there conditions or restrictions applicable to the offer?

▶ Did you try to **obtain another type of compensation** than the one offered, or did you try to modify the conditions or restrictions?

If so, what steps did you take?

- Contacted customer service?
- Contacted your insurance?
- Tried to get refund via your credit card?
- Stopped preauthorized payments?
- Plane ticket: signed the petition presented by Option consommateurs to request a refund for your ticket rather than a credit?
- Other: complaints to associations, contacted your representative, went to court?

▶ **What did you eventually get?**

- Total or partial refund
- If credit or postponement, have you use it ? Will you be able to use it? If not why?
- If multiple options: what did you choose and why?

▶ **Other cancellations?**

LEVEL OF SATISFACTION WITH REGARDS TO THE OFFER AND THE PROCESS 30 MIN.

- ▶ How satisfied were with the compensation that you got?
 - At the time? Why?
 - In hindsight? Why?
- ▶ How would you describe the overall compensation process? Was it complicated or smooth?
 - **Why?**
 - **What was good about it and what could be improved?**

Sonder si non spontané :

- **Was there any issues? How did you deal with them?**
- **Communication:**
 - What communication means did the provider choose? Was it appropriate? Why?
 - How was the customer service?
 - Do you consider that you were correctly informed about the refund/credit conditions?
- **Timeline:**
 - **How long did the process take altogether?**
 - c) Between the moment when you found out about the cancellation and the moment you spoke with someone about a given offer.
 - d) Between finding out about the initial offer and the final offer?
 - Do you feel that the delays were reasonable or too long? What is too long?
- Did you have to pay any fees? What did you think about that?

DISCUSSION ABOUT SOLUTIONS

10 MIN.

- ▶ According to you, what is **the advantage of a credit/postponement** vs a refund?
 - In which case is a credit preferable?
- ▶ When a merchant offer does not offer a refund, do you think he should offer a **greater credit**?
- ▶ Do you think **the government** did enough to allow consumers to get refunds...? What else should they have done? Should government have sanctioned businesses who did not comply?
- ▶ Would you have **suggestions** to improve the experience you had in the event of another pandemic?

OTHER PARTICULAR SITUATIONS

10 MIN.

- ▶ Since the pandemic started, have you ever experienced a situation where a merchant **could provide a service**, but **YOU** did not want it Because you worried about the sanitary conditions?
 - For what kind of service was it and what were the reasons for which you did not want to use the service?
 - Did the merchant offer a solution?
 - If so, was it satisfactory?
- ▶ Since the pandemic started, did you experience a situation where the **merchant had to modify the way** he offered the service? Example: online
 - **How so?**
 - Was this offer **equivalent** to the initial one? Did it have the same value for you?
 - According to you, **what should a merchant do** if he can't offer the **initial version** of the service?

LEGAL ASPECTS

10 MIN.

- ▶ What do you think the **law says** when a merchant can deliver a service in the event of **force majeure**?
- ▶ According to you, has **the law protected consumers well** during the pandemic?
 - Why?
 - If not, **what legal changes would need to be made?**
- ▶ Did you change your behavior following your experience during the pandemic?

CONCLUSION

Anything else you would like to add?