



# Consultations prébudgétaires 2024

Commentaires d'Option consommateurs  
présentés au ministère des Finances  
du Canada

Janvier 2024

# Table des matières

<u>1. Budget des consommateurs</u>	<u>4</u>
1.1. Aider les consommateurs à réduire leur facture d'épicerie	4
1.2. Favoriser l'accès au logement et à la propriété	5
<u>2. Banques et services financiers</u>	<u>6</u>
<u>3. Télécommunications</u>	<u>7</u>
<u>4. Protection de la vie privée</u>	<u>8</u>

# Introduction

Pour aider les consommateurs à faire face à la hausse fulgurante des dépenses liées au logement et à l'alimentation, Option consommateurs propose une série de mesures visant à aider les consommateurs à réduire leur facture d'épicerie et à assurer un meilleur accès au logement. De plus, nous profitons des présentes consultations pour proposer diverses mesures permettant de renforcer la protection des consommateurs en matière de services financiers, de télécommunications et de protection de la vie privée.

En outre, nous soulignons les efforts du gouvernement en matière de protection du consommateur qui ont été déployés au cours de la dernière année. À cet effet, nous sommes ravis de l'adoption du projet de loi C-56 visant à renforcer la concurrence au Canada. Nous félicitons le législateur pour l'instauration d'un seul organisme externe de traitement des plaintes à but non lucratif dans le secteur bancaire, soit l'Ombudsman des services bancaires et d'investissement (OSBI). Également, les modifications apportées récemment à la réglementation du secteur aérien permettront d'offrir une meilleure protection des consommateurs.

# 1. Budget des consommateurs



## 1.1. Aider les consommateurs à réduire leur facture d'épicerie

L'inflation alimentaire, qui a grimpé à un pic de 10,4% en janvier 2023, frappe de plein fouet les consommateurs canadiens. En plus d'avoir à supporter l'augmentation majeure de leur facture d'épicerie, les consommateurs font face à des tactiques commerciales telles que la «réduflation» qui nuisent à leur capacité de faire des choix plus économiques.

L'un des facteurs contribuant à l'augmentation du prix des aliments est le manque de concurrence dans le secteur

de l'épicerie. Selon un rapport de Canadian Grocer, cinq acteurs majeurs du marché – Walmart, Sobeys, Loblaws, Métro et Costco – détiennent 76% du secteur, ce qui indique une concentration significative du marché<sup>1</sup>. Pour soutenir les consommateurs devant la hausse des prix, des initiatives doivent être mises en œuvre pour contrer les comportements de marché non compétitifs et aider les consommateurs à se prémunir de certaines pratiques commerciales :

- Encadrer la «réduflation» et les autres tactiques commerciales visant à camoufler une augmentation du coût du produit.

L'ensemble des pratiques visant à dissimuler l'augmentation des prix ou à à refiler des coûts supplémentaires aux consommateurs doivent être mieux encadrées, notamment en obligeant les fabricants à indiquer sur les produits le fait que la quantité a été réduite.

- Imposer l'affichage des prix par unité de mesure dans les commerces alimentaires.

Au Québec, le Règlement d'application de la *Loi sur la protection du consommateur* impose d'afficher les prix par unité de mesure lorsque le commerçant affiche ses prix sur une étiquette<sup>2</sup>. Le Canada devrait prévoir une obligation semblable afin de permettre aux consommateurs de comparer les prix des produits en vente.

- Poursuivre les réformes de la Loi sur la concurrence initiées avec le projet de loi C-56 et le projet de loi C-59.

La modernisation de cette loi pourra contribuer à stimuler une concurrence accrue entre les épiciers, notamment en renforçant les pouvoirs du Bureau de la concurrence et en facilitant les recours contre les entreprises contrevenantes.

- Adopter le Code de conduite pour le secteur des produits d'épicerie.

Ce cadre réglementaire favoriserait une plus grande transparence et une meilleure prévisibilité dans les relations commerciales entre les entreprises du secteur alimentaire. Ce code devrait être contraignant pour les entreprises, à l'instar des modèles en vigueur au Royaume-Uni et aux États-Unis.

<sup>1</sup> CANADIAN GROCER, *Who's Who Report 2021*, Canadian Grocer December 2021 by EnsembleIQ, 2021, [https://issuu.com/ensembleiq/docs/cg08\\_2021](https://issuu.com/ensembleiq/docs/cg08_2021)

<sup>2</sup> Règlement d'application de la *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, r 3, art. 91.5, b).

## 1.2. Favoriser l'accès au logement et à la propriété

La pandémie a considérablement aggravé les difficultés d'accès à un logement abordable. À notre avis, afin de maintenir un budget équilibré, un citoyen ne devrait pas déboursier plus de 25% de son revenu net pour un loyer. De

même, la flambée des prix de l'immobilier laisse craindre que plusieurs consommateurs plongent dans le surendettement pour accéder à la propriété.

- Augmenter la contribution fédérale pour le développement de nouveaux logements sociaux et pour entretenir les habitations à loyer modique.

Le gouvernement fédéral a annoncé l'élimination de la taxe d'accise sur les logements construits spécialement pour la location, ainsi que sur les nouvelles coopératives d'habitation locatives à long terme. Nous proposons d'inclure les logements sociaux dans le remboursement de la TPS pour soutenir la construction de logements véritablement abordables.

- Repenser la structure hypothécaire au Canada pour mieux protéger les ménages face aux fluctuations du marché immobilier. Les détenteurs d'hypothèques devraient pouvoir accéder à des prêts hypothécaires dont la durée couvre l'ensemble de la période d'amortissement. Nous soutenons également l'assouplissement des conditions de remboursement anticipé, notamment pour les détenteurs de prêts fermés.



## 2. Banques et services financiers

Le secteur bancaire et des services financiers pose encore de nombreuses difficultés pour les consommateurs. Option consommateurs

propose de rétablir l'équité entre les consommateurs et les banques canadiennes en adoptant une série de mesures.

- **Renforcer la protection des consommateurs contre la fraude en adoptant un encadrement légal uniforme des modes de paiement au Canada.** Alors que le nombre de fraudes est en forte croissance au Canada, certains modes de paiement qu'utilisent couramment les consommateurs, comme la carte de débit ou les virements en ligne, n'offrent aucune protection légale contre la fraude. En conséquence, des consommateurs victimes d'arnaques via ces modes de paiement doivent parfois absorber la perte financière.
- **Réduire les frais bancaires et les taux d'intérêt applicables aux cartes de crédit.** Malgré l'importante rentabilité des banques, les consommateurs continuent à payer des frais bancaires élevés.
- **Contraindre les commerçants à accepter l'argent comptant.** La pandémie a multiplié le nombre de commerçants qui refusent désormais les espèces. Or, les plus grands utilisateurs de ce mode de paiement sont les personnes les plus vulnérables de la société canadienne, ce qui menace de les exclure d'espaces commerciaux.
- **Modifier la *Loi sur les banques* afin d'empêcher que les banques de fermer le compte d'un consommateur sans raison valable.** Bien que la loi oblige les banques à ouvrir un compte bancaire au consommateur<sup>3</sup>, rien n'empêche sa fermeture unilatérale par la banque. Cela peut entraîner des conséquences graves pour les consommateurs en situation de vulnérabilité financière, comme le fait de se voir imposer des intérêts et des frais pour des paiements préautorisés qui n'ont pu être complétés.



<sup>3</sup> *Loi sur les banques*, LC 1991, c. 46, art. 627.17 (1).

### 3. Télécommunications

Année après année, les entreprises de télécommunications continuent de générer un nombre considérable de plaintes de consommateurs. Le Canada figure parmi les pays où le prix des services de télécommunications

est le plus élevé au monde. Les consommateurs déplorent le mauvais service à la clientèle des entreprises de télécommunications et éprouvent souvent des problèmes à leur faire honorer leurs promesses.

- Favoriser une plus grande concurrence dans les services de télécommunications.

Le manque de concurrence dans le marché des télécommunications réduit les incitatifs des entreprises à mieux respecter leur clientèle et à leur offrir des prix compétitifs. En guise de solution, le gouvernement doit contraindre les grandes entreprises de télécommunications à partager leurs infrastructures avec de plus petits fournisseurs, à des tarifs peu élevés.

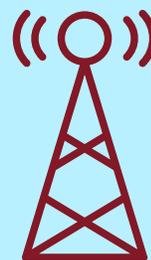
- Encadrer les ententes de financement avec retour de téléphone cellulaire. Dans ce type de formule, un consommateur se voit offrir un paiement mensuel réduit s'il accepte de remettre son téléphone à la fin de son contrat. Toutefois, s'il souhaite conserver le téléphone ou si le fournisseur juge que le téléphone n'est pas en bon état à la fin du contrat, il devra payer des frais qui peuvent s'élever à plusieurs centaines de dollars.

- Limiter les frais d'itinérance à l'international.

Les frais d'itinérance imposés par les fournisseurs de téléphonie mobile canadiens sont en augmentation, alors qu'au sein de l'Union européenne des mesures ont été mises en place pour réduire ces frais.

- Interdire la vente sous pression et les tactiques de vente abusives.

Des enquêtes du CRTC ont révélé que des tactiques de vente sous pression avaient cours dans le marché des télécommunications, en raison des incitatifs financiers proposés au personnel de ces entreprises. Des consommateurs vulnérables, notamment des aînés, peuvent ainsi se faire vendre des services de télécommunications dont ils n'ont nullement besoin<sup>4</sup>.



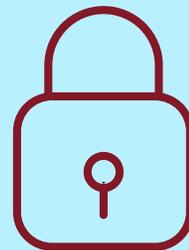
<sup>4</sup>CRTC, *Rapport sur les pratiques de vente au détail trompeuses ou agressives dans le secteur des communications*, 2019, en ligne: [https://crtc.gc.ca/pubs/2018\\_246-fr.pdf](https://crtc.gc.ca/pubs/2018_246-fr.pdf), et CRTC, *Revue des pratiques de vente du CRTC – Rapport détaillé des constatations du Projet de client mystère 2020*, 2020, en ligne: [https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/2018\\_246a/PDF.pdf](https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/2018_246a/PDF.pdf)

## 4. Protection de la vie privée

Les lois canadiennes sur la protection de la vie privée ont été adoptées à une époque où les technologies numériques en étaient encore à leurs balbutiements. Aujourd'hui, alors que les renseignements personnels des citoyens sont au cœur des modèles d'affaires des entreprises numériques, ces lois ne suffisent plus à la tâche. Le projet de loi C-27, *Loi de 2022*

*sur la mise en œuvre de la Charte du numérique*, vise à moderniser le cadre juridique en matière de protection des renseignements personnels au Canada. Toutefois, ce projet de loi comporte plusieurs lacunes et omissions dont nous avons fait état en commission parlementaire<sup>5</sup>. Parmi nos recommandations pour affermir ce projet de loi, mentionnons :

- **Renforcer la capacité de dissuasion du projet de loi et colmater les entraves qu'il pourrait poser aux recours civils des consommateurs.** Le projet de loi C-27 devrait donner au CPVP le pouvoir d'imposer directement des sanctions administratives pécuniaires aux entreprises contrevenantes, et ce pour toute infraction à la loi. De même, l'article 107 de la nouvelle *Loi sur la protection de la vie privée des consommateurs* devrait être modifié afin de lever toute restriction à l'exercice de recours civils par les consommateurs.
- **Offrir une meilleure protection aux enfants dans l'environnement numérique.** Le projet de loi devrait prévoir que toutes les décisions et le traitement de renseignements personnels concernant les mineurs doivent être faits dans leur intérêt supérieur. De plus, il devrait interdire l'utilisation commerciale des renseignements personnels des enfants.



---

<sup>5</sup> OPTION CONSOMMATEURS, *Projet de loi C-27 – Loi de 2022 sur la mise en œuvre de la Charte du numérique*, commentaires d'Option consommateurs présentés au Comité permanent de l'industrie et de la technologie, 17 novembre 2023, <https://option-consommateurs.org/wp-content/uploads/2023/11/oc-memoire-c27.pdf>