



ASSEMBLÉE NATIONALE

PREMIÈRE SESSION

QUARANTE ET UNIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

**de la Commission permanente
des relations avec les citoyens**

Le mardi 24 octobre 2017 — Vol. 44 N° 81

Consultations particulières sur le projet de loi n° 134 — Loi visant principalement à moderniser des règles relatives au crédit à la consommation et à encadrer les contrats de service de règlement de dettes, les contrats de crédit à coût élevé et les programmes de fidélisation (3)

**Président de l'Assemblée nationale :
M. Jacques Chagnon**

QUÉBEC

Abonnement annuel (TPS et TVQ en sus):

Débats de l'Assemblée	145,00 \$
Débats de toutes les commissions parlementaires	500,00 \$
Pour une commission parlementaire en particulier	100,00 \$
Index (une session, Assemblée et commissions)	30,00 \$

Achat à l'unité: prix variable selon le nombre de pages.

Règlement par chèque à l'ordre du ministre des Finances et adressé comme suit:

Assemblée nationale du Québec
Direction de la gestion immobilière et des ressources matérielles
1020, rue des Parlementaires, bureau RC.85
Québec (Québec)
G1A 1A3

Téléphone: 418 643-2754
Télécopieur: 418 643-8826

Consultation des travaux parlementaires de l'Assemblée ou des commissions parlementaires dans Internet à l'adresse suivante:
www.assnat.qc.ca

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 0823-0102

Commission permanente des relations avec les citoyens

Le mardi 24 octobre 2017 — Vol. 44 N° 81

Table des matières

Auditions (suite)	1
Aimia inc.	1
LoyaltyOne	10
Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ)	15
Mémoires déposés	22

Intervenants

M. Michel Matte, vice-président

Mme Lise Thériault
Mme Monique Sauvé
M. Pierre Giguère
Mme Catherine Fournier
M. André Lamontagne

- * M. Edouard Vo-Quang, Aimia inc.
- * Mme Cheryl Kim, idem
- * Mme Sonia Galindo, LoyaltyOne
- * M. John Bragg, idem
- * M. Jean-Matthieu Fortin, CACQ
- * Mme Caroline Soulard, idem
- * Mme Rébecca Bleau, idem

- * Témoins interrogés par les membres de la commission

Note de l'éditeur : La commission a aussi siégé en matinée et en après-midi pour les consultations particulières sur le projet de loi n° 143, Loi visant à améliorer la qualité éducative et à favoriser le développement harmonieux des services de garde éducatifs à l'enfance. Le compte rendu en est publié dans un fascicule distinct.

Le mardi 24 octobre 2017 — Vol. 44 N° 81

Consultations particulières sur le projet de loi n° 134 — Loi visant principalement à moderniser des règles relatives au crédit à la consommation et à encadrer les contrats de service de règlement de dettes, les contrats de crédit à coût élevé et les programmes de fidélisation (3)

(Dix-neuf heures trente-cinq minutes)

Le Président (M. Matte) : Bonsoir à tous. Ayant constaté le quorum, je déclare la séance de la Commission des relations avec les citoyens ouverte. Je vous souhaite la bienvenue et je demande à toutes les personnes dans la salle de bien vouloir éteindre la sonnerie de leurs appareils électroniques.

La commission se réunit pour poursuivre les consultations particulières concernant le projet de loi n° 134, Loi visant principalement à moderniser des règles relatives au crédit à la consommation et à encadrer les contrats de service de règlement de la dette.

Mme la secrétaire, est-ce qu'il y a des remplacements?

La Secrétaire : Oui, M. le Président. M. Busque (Beauce-Sud) est remplacé par M. Giguère (Saint-Maurice) et Mme Guilbault (Louis-Hébert) est remplacée par M. Lamontagne (Johnson).

Auditions (suite)

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie. Alors, ce soir, nous entendrons Aimia, LoyaltyOne et la Coalition des associations de consommateurs du Québec. J'aimerais préciser que les représentants d'Aimia et LoyaltyOne feront leurs exposés et échangeront en anglais avec les membres de la commission, tout simplement pour vous dire, pour la fin... c'est que vous avez seulement qu'à brancher vos écouteurs et à ouvrir le volume, puis automatiquement le français et l'anglais vont se faire simultanément en traduction. C'est bien?

Compte tenu que la commission débute avec cinq minutes de retard, j'aurais besoin d'un consentement pour que nous puissions terminer à 21 h 50. Il y a consentement? Je vous remercie. Je vous rappelle que le gouvernement dispose de 16 min 30 s, l'opposition officielle de 9 min 54 s et le deuxième groupe de l'opposition pour 6 min 36 s.

Donc, je souhaite la bienvenue aux représentants, ça nous fait plaisir de vous accueillir. Je vous invite à vous présenter pour fins d'enregistrement.

Aimia inc.

M. Vo-Quang (Edouard) : D'accord et merci. Alors, je me présente : mon nom, c'est Edouard Vo-Quang. Je suis le vice-président, Affaires juridiques et secrétaire général adjoint d'Aimia. Je suis accompagné ici, à ma droite, de ma collègue, Mme Cheryl Kim, vice-présidente, Réputation d'entreprise et affaires publiques. Alors, merci pour cette opportunité de vous parler aujourd'hui dans le cadre de vos délibérations sur le projet de loi n° 134, qui touche en partie les programmes de fidélisation. C'est une occasion spéciale pour moi puisque c'est mon premier témoignage devant une commission parlementaire.

Alors, chez Aimia, nous savons très bien que les gens ont à coeur les programmes de fidélisation. 85 % des Canadiens adhèrent à au moins un de ces programmes. Il est évident que la commission veut s'assurer que les consommateurs soient bien protégés, suite à ce qui est sorti dans les médias lors de la dernière année au sujet d'une certaine politique d'expiration des milles qui a suscité des réactions de la part des membres visés ainsi que l'intérêt des gouvernements à travers le pays, incluant le Québec. Alors, écoutez, nous comprenons donc pourquoi cette commission se penche sur l'enjeu des politiques d'expiration prévues par les programmes de fidélisation. D'ailleurs, ce sont aussi les mêmes motivations qui ont mené le gouvernement de l'Ontario à adopter sa propre politique qui incite d'autres provinces à entamer des processus semblables sur cet enjeu.

Il est important de souligner que cette attention médiatique et la réaction des consommateurs n'étaient pas en lien avec la politique d'expiration d'Aéropain, car notre politique est basée sur un niveau de participation minimal et non sur une durée de temps fixe. J'y reviendrai en détail un peu plus tard.

Aimia est née ici, au Québec. Au cours des 30 dernières années, notre entreprise basée à Montréal, à la tour Aimia, juste en face du square Victoria, a été pionnière dans l'industrie de la fidélisation. Présentement, nous travaillons dans 15 pays à travers le monde, incluant le Royaume-Uni, auprès de 20 millions de membres, et le Moyen-Orient. Au Canada, nous exploitons Aéropain, ce programme avec lequel vous êtes sûrement familiers.

Il existe plusieurs types de programmes de fidélisation au pays. Alors que certains peuvent penser que ces programmes sont simples, ils sont en fait plus complexes qu'on pourrait le croire. En réalité, les programmes de fidélisation ne sont pas tous pareils.

Tout d'abord, il y a les programmes de fidélisation exploités par les commerçants, qui permettent aux consommateurs d'accumuler des unités échangeables chez les commerçants mêmes, tel que chez Starbucks ou certains marchands épiciers.

• (19 h 40) •

On trouve aussi les programmes coalisés, comme celui d'Aéroplan, qui englobent plusieurs partenaires et commerçants participants, permettant aux consommateurs d'accumuler et d'échanger des unités à divers endroits. Bref, vos milles Aéroplan, vous pouvez les échanger pour un vol aérien, une carte-cadeau, un téléviseur et même un service. Le choix demeure celui du consommateur.

Par contre, ce que les programmes de fidélisation ont tous en commun, c'est de vouloir créer la meilleure offre, une offre qui détienne une valeur pouvant profiter à toutes les parties prenantes, que ce soient les consommateurs, les commerçants ou les exploitants du programme.

Les consommateurs qui sont membres de programmes de fidélisation ont évidemment leur mot à dire dans le cadre de vos délibérations. Chez Aéroplan, nous représentons cinq millions de membres actifs au Canada, dont 800 000 d'entre eux sont au Québec. Ces cinq millions de membres actifs ont échangé leurs milles pour un nombre totalisant 1,9 million de vols aériens l'an dernier.

Au cours des dernières années, les exploitants de programmes de fidélisation au Canada ont développé deux types de politique d'expiration concernant les milles de récompense.

Il y a la politique d'expiration de milles basée sur une durée de temps fixe, qui déclenche l'expiration des milles après une période de tant d'années si les milles n'ont pas été réclamés. Nous croyons que le projet de loi vise principalement cette politique, laquelle a été l'objet de réactions de la part des consommateurs l'an dernier et qui a fait réagir plusieurs gouvernements à travers le Canada.

Il existe également un autre type de politique, bien différente, qu'on appelle une politique d'activité, qui est celle d'Aéroplan et de plusieurs autres exploitants de programmes. Notre politique établit un seuil minimal d'activité, permettant aux membres de conserver leur statut comme étant actif et ainsi maintenir leurs milles indéfiniment. Elle exige que le consommateur n'effectue qu'une seule opération à tous les 12 mois afin de conserver les milles.

Cette opération peut consister en un échange de milles pour une carte-cadeau ou un vol aérien. Il peut s'agir de faire le plein chez Esso ou encore faire un don de milles à une oeuvre de charité. Les membres n'ont qu'à effectuer l'une de ces activités, et ce, qu'une fois à tous les 12 mois pour maintenir leurs milles indéfiniment. Notre politique ne demande pas à nos membres de dépenser quoi que ce soit pour devenir actifs.

Ceci étant dit, nous souhaitons attirer votre attention sur ce que nous croyons pouvoir être une conséquence potentielle du projet de loi n° 134. Notre compréhension est que le gouvernement souhaite éliminer la politique d'expiration des milles basée sur une durée de temps fixe, comme je viens de l'expliquer. Toutefois, le projet de loi pourrait ne pas permettre à Aéroplan de maintenir sa politique actuelle d'expiration des milles, qui requiert que nos membres effectuent au moins une opération à tous les 12 mois afin de conserver leurs milles indéfiniment.

Ainsi, si le projet de loi demeure inchangé, les consommateurs pourraient être affectés négativement. Plus précisément, un changement apporté à l'un des éléments de notre programme en nécessitera d'autres. Si Aéroplan ne peut faire expirer les milles des membres qui décident de ne plus être actifs, cela viendrait creuser la rentabilité de notre entreprise, et nous ne serons pas en mesure de maintenir les mêmes avantages du programme actuel pour nos membres qui demeurent actifs, qui incluent les 800 000 membres au Québec. En effet, nos membres pourraient avoir besoin de plus de milles afin de faire l'échange pour un vol aérien, par exemple. Ce potentiel impact est considérable pour la commission, car Aéroplan a démontré au fil du temps qu'elle se démarque par son offre, qui est la meilleure au pays en ce qui concerne les échanges de milles pour les vols aériens.

De plus, notre objectif, chez Aéroplan, est d'encourager nos membres à demeurer actifs, et ce, à long terme. À chaque fois qu'un membre devient inactif, nous perdons un important consommateur pour le futur. L'adhésion au programme Aéroplan est gratuite et les membres ne paient pas pour les milles qu'ils accumulent. Cependant, nous comprenons qu'Aéroplan puisse ne pas être le meilleur programme pour tous les consommateurs, ce qui en amène certains à abandonner leur fidélité envers le programme.

Notre politique d'expiration des milles est aussi importante pour nos partenaires détaillants, car elle est l'un des leviers qui encouragent les membres à demeurer actifs et engagés au sein du programme. C'est aussi un élément essentiel à notre proposition de valeur offerte auprès de nos partenaires tels qu'Esso, la Banque TD, Home Hardware et Toyota, car ceux-ci veulent s'investir dans un programme de fidélisation où ils pourront bénéficier d'un taux élevé de participation en tant que partenaire détaillant.

Nous voulons aussi rassurer la commission que nous faisons ce que nous pouvons pour que tous les membres Aéroplan demeurent actifs au sein du programme. De plus, nous nous assurons que notre politique soit évidente et clairement expliquée. Elle est bien inscrite dans le cadre de nos modalités et conditions. Les membres sont informés par l'entreprise... des relevés mensuels. Nous communiquons également via les plateformes numériques, par l'appli Aéroplan et le site Web. De plus, nous envoyons un courriel si le compte est demeuré inactif au cours des neuf derniers mois.

La politique d'expiration des milles d'Aéroplan s'est avérée être une pratique exemplaire dans l'industrie de la fidélisation puisqu'elle présente un sain équilibre entre les besoins des entreprises et leurs clients. Elle établit également un seuil de participation minimal pour demeurer actif au sein du programme. C'est pourquoi nous souhaitons que la commission apporte un amendement à la section 187.8 afin de s'assurer qu'Aéroplan puisse maintenir sa politique d'activité minimale.

Nous croyons que ceci peut être résolu tout simplement par la modification de la fin de la section 187.8 proposée, et je cite : «L'interdiction de la péremption des unités d'échange à une date déterminée ou par l'écoulement du temps uniquement.» Cet amendement viendrait ainsi s'harmoniser à la loi récemment adoptée en Ontario, ce qui est une considération importante pour les entreprises comme la nôtre qui ont des opérations partout dans le pays.

Alors, pour conclure, nous croyons que notre politique est raisonnable, équitable, facile à comprendre et à respecter. Cette politique d'Aéroplan est également le nouveau standard des meilleures pratiques pour l'industrie de la fidélisation au Canada.

Je remercie la commission de son temps et je vous invite à nous demander des questions.

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie pour votre exposé. Nous allons débiter la période d'échange. J'invite Mme la ministre à amorcer cette période d'échange.

Mme Thériault : Merci, M. le Président, madame messieurs, bonjour... bonsoir, plutôt. Merci d'être en commission parlementaire avec nous. Je pense que c'est intéressant d'entendre vos points de vue. Avant que les caméras et les micros s'ouvrent, vous m'avez mentionné que vous avez travaillé en collaboration avec l'Office de la protection du consommateur pour faire valoir différents points de vue, aussi pour voir comment il y avait une possibilité de pouvoir travailler avec l'Office de la protection du consommateur. Donc, j'entends par là que vous voulez être collaborateurs, évidemment, au niveau du projet de loi qui sera... le projet de loi qui est devant nous présentement, évidemment. Donc, je me suis posé quelques petites questions sur le fait que l'Ontario a déjà adopté son projet de loi. Par contre, la réglementation n'est pas en vigueur, si je ne me trompe pas, ou on vient juste de la mettre en vigueur, n'est-ce pas, la loi ontarienne?

M. Vo-Quang (Edouard) : Bien, en fait, je vais demander à ma collègue ici, à Cheryl Kim, de répondre aux questions sur la loi en Ontario et les règlements en Ontario puisque c'est elle qui a été impliquée dans ce dossier-là.

Mme Kim (Cheryl) : Yes, and if I can answer in English, the regulations from Ontario were introduced yesterday, in fact, yesterday, actually yesterday. And, you know, like with «Mme la présidente» Galarneau, we worked very closely with the government officials in Ontario to both explain our policy and our similarity, actually, the same suggestions that we had for modifications to the regulations and to the original bill there, and are quite pleased with the results from the regulations that we reviewed yesterday. And I think, I'm not sure if we brought copies, but they are obviously available, that we can share with you.

Mme Thériault : O.K. Donc, pour les gens qui nous écoutent, je pense qu'il est important de mentionner, pour que les gens qui nous écoutent... évidemment, que ce qu'on a déposé comme projet de loi, c'est semblable à ce qui a été adopté en Ontario, qu'eux la réglementation est entrée en vigueur hier, mais que, pour vous, comme gestionnaires d'un plan de programme de fidélité plus... puisque vous gérez quelque chose qui est pancanadien aussi, on comprend qu'Aéropian, c'est à travers le Canada, il est évident que, lorsqu'on fait une réglementation qui... parce que tu as la loi, mais tu as aussi toutes les règles qui en découlent, la réglementation. À partir du moment où il y a une certaine harmonisation avec ce qui se fait, pour vous, ça ne pose pas de problème qu'on puisse venir encadrer toutes les procédures par rapport à l'expiration, les informations qu'on doit donner, l'utilisation des points, donc les procédures normales qui vont avec un programme de fidélisation. C'est ce que je dois comprendre.

• (19 h 50) •

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, oui. Et juste un point de clarification, en Ontario, à ce que je comprends, encore, ce n'est pas moi qui ai été chargé de ce dossier-là, mais ce que j'ai compris, c'est que la loi même qui a été adoptée inclut la modification que nous, nous suggérons, nous demandons d'être incluse dans le projet de loi ici aussi. Alors, ce n'est pas juste les règlements, mais c'est aussi la loi en Ontario qui a adopté ce changement-là.

Mme Thériault : Là, j'ai une question, parce que je me demandais, c'est sûr que, pour n'importe quel programme de fidélisation, les utilisateurs de programmes peuvent avoir plus de points, moins de points, prendre 10 années pour ramasser des points pour être capables de les échanger, tout dépendant de ton niveau de consommation. Un voyageur assidu peut passer ses milles Aéropian beaucoup plus rapidement que quelqu'un qui ne prend pas l'avion du tout, du tout, parce que lui, il va devoir cumuler pendant plusieurs années. J'imagine que tous ces points-là qui n'ont pas été changés, ça a une valeur monétaire en dollars d'aujourd'hui. Est-ce que vous avez une idée, si jamais les gens encaissaient d'un coup tous les points, combien ça coûterait pour vous?

M. Vo-Quang (Edouard) : Bien, en fait, c'est une très bonne question, parce que ça... il y a une clarification que je pense qui doit être faite sur la valeur d'un mille Aéropian ou d'un mille dans les programmes tels le nôtre. La valeur... bien, le mille Aéropian n'a pas de valeur fixe, en fait, n'a pas de valeur monétaire. La valeur d'un mille Aéropian n'est déterminée qu'au moment de la récompense et elle varie, dépendamment... ou selon le choix du consommateur sur la récompense pour laquelle il ou elle échange les milles. Alors, il n'y a pas de valeur monétaire au mille Aéropian.

Mme Thériault : Sauf que tout le monde convient que, lorsqu'on décide des unités d'échange, c'est plus facile pour le consommateur, lorsqu'on va arriver avec un produit qui a un prix dans le temps, on sait que ça, ça vaut x, puis ça prend toujours le même nombre de points pour aller chercher ça, mais qu'il peut y avoir d'autres produits qui vont demander plus de points, et que là les valeurs d'unité d'échange vont changer avec le temps, parce que le produit, lui, exemple, un vol d'avion, va coûter beaucoup plus cher. C'est ce que je dois comprendre également.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, ça, ça fait partie de l'équation, mais aussi le fait que la valeur du mille, chaque mille pour... varie. Disons que, si, par exemple, la valeur d'un mille est de 0,01 \$ — par exemple, c'est juste un exemple — si le consommateur échange pour un grille-pain, et la valeur d'un mille serait différente, plus grande, en fait, si le consommateur échange pour un vol aérien... Alors, la valeur même d'un mille ne peut pas être déterminée, que ce soit 0,01 \$, 0,04 \$, moins de 0,01 \$, elle ne peut pas être déterminée.

Mme Thériault : O.K.

Mme Kim (Cheryl) : Aussi, si je peux ajouter... If you are a basic member, you get a certain value per mile. If you are one of our most active members and you have done a lot of transactions with us, you will get a better value per mile also. So, that is to encourage people to be more active in the program, and so our very best customers get a better price than our most basic members.

Mme Thériault : Donc, on comprend qu'il y a certains programmes de fidélisation... plus on consomme, plus la valeur des points va augmenter. Plutôt que d'avoir plus de points, c'est la valeur qui va augmenter.

Mme Kim (Cheryl) : Exactement.

Mme Thériault : D'accord. Donc, à ce moment-là, moi, ce que j'aimerais savoir, parce qu'il y a toujours l'expiration, les conditions d'expiration, quand on va dire : Bien là, à partir de tel moment, en raison de l'inactivité... Parce qu'on comprend tous qu'on peut acheter quelque chose, on va se servir de notre carte de fidélité, on peut perdre la carte de fidélité, il peut y avoir un décès, il peut y avoir une séparation, monsieur pense que madame a la carte, madame pense que monsieur, il a la carte, finalement, les cartes se perdent aussi, et il y a une inactivité. Mais, à partir de quel moment ou quelles conditions, pour vous, vous croyez que c'est l'idéal pour dire : Bien, puisqu'il n'y a pas eu d'activité sur le compte, bien, on perd complètement? J'aimerais vous entendre là-dessus.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, bien, écoutez, comme j'ai essayé d'expliquer dans les remarques, nous faisons tout ce qu'on peut pour garder les membres actifs. Alors, on a des promotions toute l'année longue, on envoie des communications, toutes sortes de communications, des offres aux membres pour qu'ils soient actifs. De plus, chaque membre reçoit un relevé mensuel, et, sur le relevé mensuel, il y a le statut du compte sur le relevé mensuel. Alors, pour nous... Et ensuite, en plus de tout ça, si le compte reste inactif pendant neuf mois, alors, trois mois avant la date d'expiration, nous envoyons un courriel à cette personne-là. Si... Oui, allez-y.

Mme Thériault : Par curiosité, si la personne n'a jamais reçu le courriel pour un changement, il arrive quoi?

M. Vo-Quang (Edouard) : En fait, ça, c'est une bonne question, parce qu'on envoie une lettre, une lettre physique à l'adresse qu'on a dans le dossier pour ce membre-là.

Mme Thériault : Si jamais la personne a déménagé, est-ce qu'il y a un recours possible pour cette personne-là qui n'a jamais été avisée, jamais rejointe, qui se déciderait, à un certain moment donné, de vouloir récupérer ses points?

Mme Kim (Cheryl) : No. There is a minimum level of responsibility that the member does have to take in order to provide us with an e-mail address or a current address. We can only go so far and we need to be fair to all of our members.

M. Vo-Quang (Edouard) : C'est un peu un équilibre qu'on essaie de retrouver entre la protection de notre consommateur, de notre membre — parce qu'on ne veut pas expirer nos membres, ce n'est vraiment pas ce qu'on veut faire — versus ce qu'on peut faire pour retrouver ce membre-là. On ne peut pas...

Mme Thériault : Parfait. Merci.

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie. Maintenant, j'invite la députée de Fabre à poursuivre l'échange.

Mme Sauvé : Merci, M. le Président. Bonne soirée à tous. Bienvenue. C'est un grand plaisir de vous rencontrer.

Alors, vous avez bien expliqué les avantages, les inconvénients des deux politiques, la politique d'activité, bien sûr, avec le seuil minimal, et la politique d'expiration. J'aimerais vous entendre un peu résumer à nouveau les avantages de l'un et de l'autre par rapport aux habitudes des consommateurs qui ont changé. Parce qu'au fil des ans, j'imagine, avec le programme qui existe depuis plusieurs années, les consommateurs, les membres dans leurs habitudes, tout ça évolue, les nouvelles technologies. Alors, je voulais vous entendre un peu en faveur des... en lien avec les deux politiques. Qu'est-ce qui a changé dans les habitudes de vos membres, dans leur façon de consommer les points, et qui fait que votre position est très en lien avec les besoins de vos membres?

M. Vo-Quang (Edouard) : Merci. Merci et, en fait, c'est un bon point. Les habitudes des consommateurs, oui, évidemment, ont changé. Et ça change puis ça accélère. Les changements s'accroissent avec la technologie. Et moi, je dirais même que ces changements-là, surtout les changements qui ont rapport avec la technologie, rendent plus facile pour les membres de rester actifs, de faire une transaction ou une autre par l'entremise de l'appli ou par l'entremise de l'Internet. Alors, pour nous, c'est... on trouve qu'en fait les habitudes sont en lien avec notre politique, c'est... notre politique... rendent notre politique plus raisonnable, en fait, envers les consommateurs, ce qui est plus facile pour eux.

Mme Sauvé : O.K. Parfait. Bien, ça me va très bien, merci pour votre réponse.

Le Président (M. Matte) : Merci. M. le député de Saint-Maurice, c'est à vous.

M. Giguère : Oui. Ce soir, je suis ici, je remplace, mais c'est très intéressant, car, chez moi, les cartes, ces fameuses cartes Aéroplan, je les ai dans mon portefeuille, je les ai ici, mais c'est ma conjointe qui gère ça, puis je pense que je ne suis pas le seul Québécois, donc, qui vit de cette manière-là. Donc... mais c'est la réalité, parce qu'on est... il y a 800 000 membres, donc c'est 10 % des Québécois qui ont une carte. Donc, c'est beaucoup, c'est...

M. Vo-Quang (Edouard) : En fait, ça, c'est 800 000 membres actifs.

M. Giguère : Actifs.

M. Vo-Quang (Edouard) : Actifs, oui.

M. Giguère : C'est bien important à dire, actifs, mais qui a fait une transaction dans les 12 derniers mois. Donc, ils accumulent des points, ils accumulent, là, des bonis. Vous, c'est quoi, vous proposez dans... Y a-tu des choses qu'on pourrait modifier, que ce soit qu'on enlève des milles ou la durée? Vous savez que faire une transaction aux 12 mois, des fois, quand on... pour moi, personnellement, il faut que ma femme me le fasse penser. Donc, y a-tu des choses où est-ce que vous voulez bonifier ou pour protéger le consommateur?

• (20 heures) •

M. Vo-Quang (Edouard) : Bien, en fait, notre politique de 12 mois, c'est le résultat de beaucoup de recherches et de statistiques sur les habitudes des consommateurs. Et ce qu'on a trouvé, c'est que, après 12 mois, en général, s'il n'y a pas eu d'activité dans les 12 mois, ça veut dire que ce consommateur, en général, j'avoue que ce n'est pas toujours le cas, mais, en général, ce membre a abandonné le programme. Après 12 mois, s'il n'y a pas eu de transaction dans les 12 mois, c'est moins... comment dire en français, «less likely» que la personne va faire une transaction après le 12e mois. D'après nos recherches statistiques, la personne a probablement abandonné le programme.

M. Giguère : Une petite question. Aéroplan, votre financement, si je comprends bien, vient des «milles» ou des Aéroplan qui ne sont pas... le consommateur n'a pas... été utilisé, votre financement de...

M. Vo-Quang (Edouard) : Non. Bien, il y a une certaine marge qui vient des milles qui ont été expirés. Alors, ça, c'est vrai, oui. Mais, en fait, le financement, soi-disant, notre modèle d'affaires est tel que c'est nos partenaires, c'est la Banque TD, c'est Esso ou Home Hardware qui nous paient pour chaque mille que nous émettons à nos membres. Alors, c'est de là, notre... comment on appelle... notre revenu brut vient des partenaires. Alors, une certaine partie de la marge vient des milles expirés, mais une plus grande partie de la marge vient de la différence entre ce que nos partenaires nous paient pour l'émission des milles et ce que, nous, ensuite, on retourne pour acheter la récompense pour nos membres. La différence entre ces prix-là, ça, c'est la vraie marge pour nous.

M. Giguère : Donc, vous avez intérêt à ce que le client demeure fidèle, qu'il demeure actif.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, oui, absolument. À la longue, à long terme, nous préférons évidemment que le client, que le membre reste actif. C'est la raison d'être d'un programme de fidélisation. Si nos membres n'étaient pas fidèles, n'étaient pas... si on expirait trop de membres, notre programme de n'aurait pas de très bonnes chances de survie à la longue. Alors, ce n'est pas, ce n'est vraiment pas ce qu'on veut faire. C'est...

Le Président (M. Matte) : ...il vous reste 1 min 30 s.

Mme Thériault : De manière générale, les Aéroplan sont rattachés avec une carte de crédit, mais il y a aussi la possibilité de n'avoir que le numéro d'Aéroplan sans carte de crédit. Donc, je comprends que, puisqu'il y a une politique chez vous de neuf mois, si on voyage et qu'on active avec le numéro de la carte, sans mettre sur une carte de crédit, c'est parfait, on va cumuler des points, mais, si on n'a pas fait de transaction pour une période de neuf mois, on perd tous les points? C'est ça? Non?

M. Vo-Quang (Edouard) : Non. C'est 12 mois.

Mme Thériault : 12 mois. O.K. La période d'inactivité.

M. Vo-Quang (Edouard) : Le neuf mois, c'était juste... c'est à ce point-là que nous, on envoie le courriel au membre pour l'avertir que, dans trois mois, leur compte expirera s'il n'y a pas de transaction.

Mme Thériault : Je vous posais la question parce qu'il y a quelqu'un qui est en train de m'écouter qui nous a envoyé un message en disant : Je suis en train de me demander si j'ai perdu mes points ou je vais les garder. C'est pour ça qu'on vous pose la question.

Une voix : ...

Mme Thériault : On peut aussi vous appeler. Parfait, il n'y a pas de problème. Donc, à ce moment-là, on prendra votre numéro si les cas reviennent. Merci.

Des voix : Ha, ha, ha!

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie. Maintenant, j'inviterais la députée de Marie-Victorin à poursuivre les échanges.

Mme Fournier : Merci beaucoup, M. le Président. Merci, d'être là aujourd'hui, ce soir. Je renchérirais tout de suite sur ce que dit la ministre. Donc, si je récapitule, les membres reçoivent un avis neuf mois après le moment où ils n'ont pas fait de transaction pour les avertir que leur compte risque de devenir inactif trois mois plus tard — c'est bien ça? — qui est donc entre le moment entre le neuf mois et le 12 mois. Est-ce qu'il y a des rappels, est-ce qu'il y a quelque chose qui est fait ou c'est vraiment juste à neuf mois, puis, après, il n'y a plus de communication?

M. Vo-Quang (Edouard) : Mais, comme je l'ai dit auparavant, il y a toujours, s'ils vont sur l'appli Aéroplan, ou sur le site Web, ils accèdent à leur compte, là ils vont le voir aussi, un rappel, comme quoi leur compte va expirer dans un certain nombre de jours, de semaines.

Mme Fournier : Mais il n'y a pas de rappel de votre part, là, après les neuf mois, dans les trois derniers mois?

M. Vo-Quang (Edouard) : De rappels proactifs, non. Il n'y a pas encore de...

Mme Fournier : Non, pas de rappel proactif. O.K. Puis donc le client, à ce moment-là, le membre reçoit un avis de suppression des points. Et, après 12 mois, donc j'en comprends que c'est vraiment définitif. Est-ce qu'il existe un quelconque moyen de revenir par en arrière ou, à partir de 12 mois, tous les points s'effacent d'un seul coup?

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, bien, en fait, oui, il y a un moyen de réactiver le compte pour un certain coût. Mais il y a moyen de réactiver le compte si le compte a été expiré à cause de la politique d'expiration de 12 mois.

Mme Fournier : Pouvez-vous nous en parler davantage? De quelle façon ça fonctionne, la réactivation du compte?

M. Vo-Quang (Edouard) : Bien, le membre doit nous demander, nous dire qu'il veut réactiver le compte. Ensuite, on calcule les milles qu'ils avaient dans le compte, et il y a un coût qui est associé avec la réactivation. Ils nous paient le coût et on réactive les milles qu'ils avaient dans le compte.

Mme Fournier : O.K. Donc, c'est possible, pour un membre qui aurait été jugé inactif, de retrouver ses points qu'il avait auparavant?

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, oui, mais il y a un coût associé pour le membre, mais oui.

Mme Fournier : Le coût, il est calculé comment, sur quelles bases?

M. Vo-Quang (Edouard) : Sur la base de milles dans le compte qui vont être réactivés.

Mme Fournier : Oui, mais, je veux dire, par rapport au temps, depuis qu'il était inactif? C'est quoi, votre unité de mesure?

M. Vo-Quang (Edouard) : Bien, c'est-à-dire, les milles qui étaient dans le compte au moment de l'expiration. Disons que la personne, elle avait 10 000 points dans son compte au moment de l'expiration, bien là, on réactive les 10 000 points qu'ils avaient dans le compte, pour un coût que le membre doit nous payer.

Mme Fournier : O.K., mais c'est justement ça, je ne sais pas si vous me comprenez bien, mais le coût que... le membre doit payer un coût, donc, pour réactiver le compte.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, puis le coût est basé sur le nombre de milles qui vont être réactivés, alors c'est-à-dire le nombre de milles qu'il y avait dans le compte au moment de l'expiration.

Mme Fournier : Donc, plus il y avait de milles, plus ça va coûter cher pour le réactiver.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui.

Mme Fournier : On comprend. O.K. C'est bien. Tantôt, vous disiez donc que vous aviez 800 000 membres actifs, donc des gens... au Québec, au Québec, bien sûr. Je serais curieuse de savoir combien vous en avez, des inactifs, qui...

M. Vo-Quang (Edouard) : Bien, en fait...

Mme Kim (Cheryl) : Zéro.

Mme Fournier : Zéro?

M. Vo-Quang (Edouard) : Non...

Mme Fournier : Non, non, parce que, tantôt, Mme la ministre disait : Ah! vous avez... tu sais, c'est... M. le député de Saint-Maurice disait : Ah! il y a quand même 10 % des Québécois qui sont des membres actifs d'Aéroplan, puis vous disiez : Bien, tu sais, c'est juste les actifs. Donc, c'est comme si vous laissiez entendre que vous calculiez d'autres personnes. J'étais juste curieuse de savoir combien.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, sauf que... Oui, puis je comprends la question, puis, en fait, vous ne me demandez pas combien de ces 800 000 sont inactifs, parce que, par définition, c'est...

Mme Fournier : ...

M. Vo-Quang (Edouard) : Alors, ça, je comprends. Mais les détails sur le niveau d'activité de nos membres, comme, je pense, vous pouvez le comprendre, c'est une information commerciale qu'on ne veut pas vraiment divulguer ici. Mais on peut vous dire que, quand même... c'est ça, on a...

Mme Fournier : Donc, c'est ça, j'en comprends que le pourcentage de non-renouvellement, c'est des informations confidentielles, c'est ça?

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, oui.

Mme Fournier : Très bien. Oui, aussi, j'imagine que, lorsque survient un décès de vos membres, ça compte dans votre pourcentage d'inactivité, donc est-ce que c'est la plus grande proportion des membres qui deviennent inactifs? Est-ce que ça aussi, c'est confidentiel ou...

M. Vo-Quang (Edouard) : Non, mais, en fait, on a une politique sur ce qui a trait du décès d'un membre. Sur le décès d'un membre, le bénéficiaire de cette personne décédée peut nous demander de transférer les points, les milles Aéroplan de cette personne à son compte. Et on le fait. On le fait sans coût.

Mme Fournier : O.K. Donc, c'est justement ma question, la prochaine question que j'allais vous poser. Donc, vous, c'est déjà quelque chose qu'il est possible de faire, donc vous considérez les points Aéroplan, les milles Aéroplan comme étant des actifs que les gens peuvent...

M. Vo-Quang (Edouard) : Non, ce n'est pas techniquement un actif, comme ça n'a pas de valeur monétaire. C'est juste une politique que nous, on a adoptée.

Mme Fournier : C'est ça, les...

M. Vo-Quang (Edouard) : Mais on peut transférer les milles, oui, d'un compte à l'autre, oui.

Mme Fournier : O.K. Comment ça fonctionne? Est-ce que c'est avant le décès, la personne émet déjà... la personne qu'elle souhaite transférer, ou c'est après, ou c'est les héritiers qui décident?

M. Vo-Quang (Edouard) : C'est après le décès, c'est le bénéficiaire qui doit nous demander de faire le transfert.

Mme Fournier : Oui. Est-ce que la personne doit déjà avoir un compte ouvert chez Aéroplan à ce moment-là? Est-ce que la personne doit déjà être un membre actif...

M. Vo-Quang (Edouard) : Non.

Mme Fournier : ...ou elle pourrait... c'est simplement quelqu'un, un héritier qui pourrait simplement ouvrir un compte à ce moment-là et prendre les points?

M. Vo-Quang (Edouard) : Exactement, on peut ouvrir le compte pour l'héritier, pour le bénéficiaire, pour que cette personne reçoive les milles de la personne décédée.

Mme Fournier : O.K. Merci. Très intéressant.

Mme Kim (Cheryl) : ...

Le Président (M. Matte) : Certainement. Oui.

Mme Kim (Cheryl) : ...aussi.

Mme Fournier : Pardon?

Mme Kim (Cheryl) : Ça, c'est gratuit.

M. Vo-Quang (Edouard) : C'est gratuit.

Mme Fournier : O.K. Super, oui.

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie. J'invite le député de Johnson à poursuivre les échanges.

M. Lamontagne : Merci, M. le Président. Mme Kim, M. Vo-Quang, c'est un plaisir de vous accueillir. Je reviens à la politique, là, de terminaison des milles. Quand il y a une inactivité, au bout de 12 mois, les gens perdent tout.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui. Le compte est expiré, oui.

M. Lamontagne : O.K. Par contre, s'ils se réveillent puis s'ils réalisent, quelques semaines ou quelques mois plus tard, qu'ils ont tout perdu, là, ils vous écrivent ou ils vous appellent puis ils disent : Écoutez, je voudrais ravoir mes milles. Puis là vous dites : Bien, ça nous fait plaisir de vous redonner vos milles, mais vous allez payer tant.

M. Vo-Quang (Edouard) : C'est ça, oui.

M. Lamontagne : C'est ça. Puis, après ça, si, 12 mois plus tard, ils ne se sont pas servi encore de leurs milles, ils repèrent tout encore. Puis là ils peuvent racheter encore leurs milles.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui. Oui. J'aurais cru que, la première fois, ils...

• (20 h 10) •

M. Lamontagne : Non, non, non, mais je vais vous demander ça, parce que mon expérience personnelle avec Aéroplan, il y a longtemps, moi, mon objectif, c'était vraiment de ramasser des milles. Quand je voyageais, je pouvais ramasser des milles Aéroplan, mais, après ça, quand on consommait, on pouvait ramasser des milles... Mais mon objectif, c'était de ramasser des milles. Et puis, en une année, de pouvoir ramasser assez de milles pour faire un voyage... ça me prenait quelques années pour ramasser les milles. Mais aussi c'est que je ne voulais jamais prendre des milles puis les dépenser pour acheter une bouilloire ou les dépenser pour acheter quelque cochonnerie que ce soit parce que ça hypothéquait ma possibilité d'acheter des milles.

Alors, dans ce contexte-là, de donner un an aux gens pour consommer, je trouve que vous ne leur donnez pas beaucoup de temps. Je comprends votre objectif. Vous voulez les garder actifs, mais, un an, ça ne veut pas nécessairement dire que quelqu'un n'est pas actif.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oh! non, mais, juste pour clarifier, parce que c'est un bon point, mais je dois clarifier un peu, ce n'est pas que le membre doit dépenser, doit échanger pour une récompense dans un an. Alors, par exemple, dans votre exemple, ce n'est pas une question de : On vous demande d'avoir accumulé assez pour pouvoir acheter un billet d'avion en un an. C'est plutôt qu'une transaction quelconque, c'est-à-dire... que ça soit un échange pour une récompense, mais aussi faire le plein chez Esso une fois, ou bien acheter quelque chose chez Home Hardware, tout ça, ça compte comme une transaction qui compterait pour garder le compte actif et les milles actifs pour une période indéterminée, illimitée. Alors, vous pouvez prendre des années et des années pour accumuler assez de points pour prendre un voyage d'ici à Hawaï, par exemple.

M. Lamontagne : Puis, si, au lieu que ça soit un an, mettons que ça serait deux ans, quel coût ça représente pour vous, ça? C'est quoi, le «downside» ou l'aspect négatif pour vous de prolonger cette période-là d'inactivité? Là, je comprends que voulez que vos gens transigent; ça, je comprends ça. Mais, mettons qu'on dirait, au lieu d'un an, là, ça va être deux ans. L'impact pour vous, au niveau de toute l'opération du système, c'est quoi?

M. Vo-Quang (Edouard) : L'impact, c'est un impact sur la rentabilité du programme. Comme je l'ai expliqué avant, le 12 mois, c'est le résultat d'une recherche assez approfondie sur les habitudes des consommateurs. Si on allongeait ça à 24 mois, par exemple, ça creuserait dans la rentabilité parce que les points... les milles expirés constituent une certaine rentabilité pour l'entreprise. Et la conséquence de ça est que nous ne pourrions pas nous retourner et réinvestir ces montants-là, cette marge accrue des milles expirés, pour les réinvestir dans la proposition d'offres que nous offrons à nos membres actifs. Alors, ça aurait une conséquence négative pour les membres actifs si on était pour rallonger la période d'inactivité.

M. Lamontagne : En fait, ce que vous me dites, là, c'est que les milles des gens, quand ils sont donnés aux gens, ça, ça tombe dans votre passif.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui.

M. Lamontagne : Puis là, aussitôt que vous réussissez à les annuler parce qu'ils ont expiré, bien, vous prenez cet argent-là puis ça retombe dans votre encaisse ou ça retombe dans votre actif.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui. Oui.

M. Lamontagne : O.K.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui. Et puis, dans le gros système, effectivement, on investit dans la valeur de l'offre que nous donnons à...

M. Lamontagne : Et puis finalement vous investissez avec, finalement, l'argent que vous aviez donné aux gens que, finalement, vous le reprenez puis vous le réinvestissez.

M. Vo-Quang (Edouard) : On le réinvestit pour les membres actifs.

M. Lamontagne : Ce n'est pas vraiment un réinvestissement, c'est un transfert. Vous prenez dans une poche puis vous le mettez dans une autre place.

M. Vo-Quang (Edouard) : Oui, dans un certain sens, c'est comme une...

M. Lamontagne : C'est sarcastique, là, mais, d'un point de vue comptable, là.

M. Vo-Quang (Edouard) : Non, non. Mais je pense que, conceptuellement, c'est un peu ça. C'est comme une — comment dire en français? — «a subsidy» de la part des membres inactifs aux membres actifs. Alors, vous avez tout à fait raison.

M. Lamontagne : Alors, avec un même dollar, à un moment donné, au fil des ans, avec les gens qui ne sont pas actifs, on fait beaucoup de dollars. On réinvestit toujours le même dollar, si on veut, là.

Mme Kim (Cheryl) : And I think part of the question that you're asking is : If we extended to two years, would that be better for members? And I think the point that we're trying to make there is that, based on our experience with our members of the last 30 years, if they haven't done anything in 12 months, they're not coming back. So, giving them 12 more months isn't going to really make a difference to them in terms of becoming active again. So that is why we feel comfortable in the 12 months, because that's a pretty good indication of whether or not they're coming back or they've abandoned their points.

M. Lamontagne : O.K. Et puis, si les gens vous rachètent, mettons, le droit d'utiliser leurs milles, c'est quelle sorte de charge, c'est quelle sorte de frais qu'ils ont à payer pour ça?

M. Vo-Quang (Edouard) : Do you know? Do you know... cost?

M. Lamontagne : C'est-u au pourcentage, c'est...

Mme Kim (Cheryl) : No. It's a number of cents per mile. I'm not sure of the exact number. It's around \$0.03 or \$0.04, something like that. To be honest, we don't find very many people pay, because...

M. Lamontagne : They're out.

Mme Kim (Cheryl) : They're out. They're out.

M. Lamontagne : O.K. C'est bon, M. le Président, merci. Merci beaucoup.

Le Président (M. Matte) : Bien, je vous remercie. Le temps étant écoulé, je vous remercie pour votre contribution au niveau des échanges, là.

Et je suspends les travaux quelques instants afin de permettre au prochain groupe de prendre place.

(Suspension de la séance à 20 h 15)

(Reprise à 20 h 18)

Le Président (M. Matte) : Alors, il nous fait plaisir de vous souhaiter la bienvenue. Je vous rappelle que vous disposez de 10 minutes, et je vous invite à vous présenter, ainsi que celui qui vous accompagne, et vous débutez.

LoyaltyOne

Mme Galindo (Sonia) : Mesdames messieurs, bonsoir, et non bonjour. Alors, je me présente : Sonia Galindo, je suis responsable des services clients pour les partenaires du programme Air Miles au Québec, et puis, à ma droite, ici, M. John Bragg, qui est responsable des relations gouvernementales du Québec.

Alors, je vous remercie de me donner l'occasion de m'adresser à vous au nom de LoyaltyOne, société propriétaire et exploitante du programme de récompense Air Miles au sujet de la loi n° 134, Loi visant principalement à moderniser des règles relatives au crédit à la consommation et encadrer les contrats de service de règlement de dettes, les contrats de crédit à coût élevé et les programmes de fidélisation.

Nous nous réjouissons à l'idée de travailler avec le gouvernement du Québec et ses différentes agences pour faire en sorte que le projet n° 134 réponde de manière adéquate et équilibrée à la nécessité de protéger les consommateurs du Québec, tout en autorisant des initiatives de toute forme et de tout type en matière de fidélisation, avec une marge de manoeuvre suffisante pour fonctionner efficacement.

• (20 h 20) •

LoyaltyOne emploie plus de 1 250 collaborateurs à travers le pays, et, notamment au bureau de Montréal, nous avons une équipe qui s'occupe de gérer les partenaires et les adhérents pour l'administration quotidienne du programme. Le programme de récompense Air Miles et un programme national qui compte environ 11 millions d'adhérents actifs au Canada, dont nous avons 2,3 millions qui résident au Québec. Avec plus de 220 partenaires de marque de premier plan qui émettent des points, le programme de récompense Air Miles représente des milliers de magasins de vente de détail et services dans tout le pays. En ce qui concerne le Québec, en fait, nous sommes fiers d'y compter 37 partenaires, dont — vous les connaissez — IGA, RONA, Jean Coutu, Banque de Montréal, Shell et de nombreux autres, ce qui représente pour nous plus de 1 911 points de vente, total.

Le programme de récompense Air Miles est lié aux ventes de ses partenaires québécois à hauteur d'environ 10,6 milliards de dollars par année. De plus, nos adhérents utilisent leurs points pour obtenir annuellement environ 200 millions de dollars en récompenses telles que des vols Air Canada, des articles divers et des remises en argent. Nous bénéficions d'une base de membres actifs et récompensons les adhérents à notre programme, lesquels utilisent leurs points en moyenne 11 000 fois par jour au Québec. Cela nous donne une très bonne indication du fait que nos membres participent au programme et bénéficient des avantages d'être un adhérent Air Miles.

L'implication de nos membres est un facteur important pour nos partenaires comme pour nous-mêmes. Et vous savez sans doute qu'Air Miles a instauré en 2016 une politique de non-expiration des points, dans la durée uniquement, dans tout le Canada. Cette modification relative à l'administration de notre programme a eu un impact négatif important sur nos états financiers en 2016. Mais, depuis, nous travaillons d'arrache-pied pour protéger nos parties prenantes, en premier lieu nos adhérents et nos partenaires.

Des conséquences négatives de cette modification de la politique d'expiration à l'échelle du Canada tout entier... Le dépôt de projet de loi n° 134 du Québec nous a fourni l'occasion de travailler avec le gouvernement québécois, ses agences et d'autres parties prenantes, et ce, pour faire en sorte que le projet de loi n° 134 puisse à la fois protéger les consommateurs et permettre à des initiatives de toute forme et de tout type en matière de fidélisation et de fonctionnement efficacement.

Nous sommes clairement en phase avec ce que nous pensons être la finalité du projet de loi, qui est, d'une part, d'interdire l'expiration des points de fidélité pour des raisons de durée uniquement et, d'autre part, d'appliquer cette résolution à tout type de programme d'initiative en matière de fidélisation.

Toutefois, nous croyons fermement que certaines précisions doivent être apportées au projet de la loi afin de s'assurer que les programmes de fidélisation conservent la possibilité de faire expirer les points lorsque leurs membres ou adhérents choisissent de ne plus y participer de manière active et donc de ne plus s'impliquer dans le programme concerné.

Permettez-moi d'aborder plus spécifiquement ce dernier point. Une part de la valeur des organismes voit... dans une promotion ou dans un programme de fidélisation réside dans le fait que des consommateurs très actifs et impliqués y participent. Par exemple, nous avons longtemps estimé qu'une politique sanctionnant une inactivité ou une latence durant une période de 24 mois donnait aux consommateurs suffisamment de temps pour effectuer au moins une opération afin de conserver le statut de leur compte au sein d'un programme. Ceci est le cas en ce qui concerne le programme de récompense Air Miles.

Notre politique est communiquée à nos adhérents de façon claire et proactive. De plus, nous rappelons régulièrement à nos adhérents qu'ils doivent participer au programme par le biais de promotions, de communications, à intervalle régulier. Concrètement, les obstacles pouvant empêcher les adhérents de rester actifs au sein du programme Air Miles demeurent négligeables, car il leur suffit d'utiliser leur carte Air Miles lorsqu'ils achètent de l'épicerie, font le plein de carburant, utilisent une carte de crédit affiliée au programme, vont à la pharmacie ou bien s'adonnent presque à toute autre activité de magasinage, qu'elle soit quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle.

Outre le fait de respecter le besoin qu'ont les programmes et les promotions en matière de fidélisation, de résoudre le problème de l'inactivité des clients, le projet de loi n° 134 doit également permettre aux programmes de fidélisation d'effectuer des promotions tactiques de courte durée avec des contraintes limitées. Ces promotions de courte durée, limitées dans le temps, soit pas plus de six mois en général, exigent... un client qu'il achète des biens ou des services chez un détaillant pour pouvoir obtenir un crédit.

Au cours de la période de la promotion, le client accumule ses crédits propres à la promotion et peut les utiliser pour obtenir un ensemble particulier de biens ou des services. Pour illustrer ce qui précède, on peut citer l'exemple d'un épiciers québécois où l'on peut utiliser de tels crédits, ce qui se présente sous forme de timbres, pour obtenir un ensemble

de couteaux de cuisine ou des couteaux à découpage. Toutefois, dans le cas où le client n'accumule pas assez de crédits, nous voulons être certains que, dans le cadre du projet de loi n° 134, les crédits inutilisés peuvent, le cas échéant, expirer en toute légalité, ce qui signifie concrètement qu'ils peuvent être annulés à la fin ou à l'expiration de la promotion elle-même.

Vous conviendrez que cela ne représente qu'une variation minime sur le thème plus vaste. Cependant, il s'agit là d'une offre produit importante que notre programme, tout comme les autres programmes du secteur, doit continuer à offrir à nos partenaires au Québec et partout au pays.

Pour conclure, et ainsi que je l'ai mentionné dans mes remarques liminaires, je suis très heureuse de collaborer avec le gouvernement du Québec pour faire en sorte que le projet de loi n° 134 établisse un juste équilibre qui puisse à la fois protéger les consommateurs qui participent à un programme de fidélisation ou à une promotion et permettre aux exploitants de programmes de fidélisation et aux entreprises qui offrent à leurs clients de telles initiatives de fonctionner efficacement. Je vous remercie de votre attention. Et mon collègue John Bragg sera là pour répondre aux questions. Merci.

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie. Maintenant, j'invite la ministre à poursuivre les échanges.

Mme Thériault : Merci, M. le Président. Évidemment, bonsoir, M. Bragg et Mme Galindo. Merci d'être avec nous. Je pense que vous avez suivi aussi l'échange que nous avons eu avec le groupe qui vous a précédé, puisque vous avez la particularité, tous les deux, autant Aimia que LoyaltyOne, d'avoir un programme, ce qu'on appelle les coalisés, entre guillemets, où c'est un programme où on va chercher des points fidélité, mais qu'il y a une coalition de marchands qui y adhèrent. Je pense que ce qu'il faut comprendre, c'est que le projet de loi qu'on a devant nous présentement veut particulièrement regarder, pour la portion des points fidélité, les programmes qui sont coalisés. J'imagine que c'est ce que vous avez également compris du projet de loi qui est devant vous. Oui?

Une voix : Oui.

Mme Thériault : Parfait. Pourquoi je vous pose la question, c'est que je sais que vous avez d'autres programmes que vous gérez aussi dans les programmes fidélité, n'est-ce pas? Style... bon, le Air Miles étant le plus connu, qui s'apparente beaucoup à Aéroplan dans sa manière de fonctionner, avec certaines différences, on en convient. Loin de moi l'idée de dire que vous êtes deux pareils. On va juste dire que c'est un programme de fidélisation où on coalise des membres pour pouvoir faire des achats, cumuler des points.

Puis, par contre, vous gérez aussi ce qu'on appelle le Metro&moi, où on va utiliser une carte de points, évidemment, lorsqu'on va aller faire notre épicerie, et, à ce moment-là, ce sont des chèques que vous retournez au consommateur, tout dépendant de... bien, des chèques, façon de parler, là, un bon d'échange. C'est ça, le programme Metro&moi, si je ne...

Mme Galindo (Sonia) : Oui, mais on ne gère pas le programme...

Mme Thériault : Non? Vous ne le gérez pas?

Mme Galindo (Sonia) : Non.

Mme Thériault : Non? O.K. Donc, vous ne gérez qu'Air Miles.

Mme Galindo (Sonia) : Absolument, oui.

Mme Thériault : Ah! excusez-moi. Je pensais qu'il y avait d'autres programmes de fidélisation.

Mme Galindo (Sonia) : Non.

Mme Thériault : Non. D'accord. Bon, pas de problème, on va retourner sur Air Miles, d'abord.

Bon, et ce qu'on nous disait, c'est que par rapport à... Les règles que nous avons mises au jeu, on comprend qu'au niveau du fait qu'on veut quantifier les unités à échanger, que c'est là où ça peut poser problème, à partir du moment où, lorsqu'on a mis des Air Miles sur notre carte, ce qu'on a acheté en dollars de 1993, puisque c'est une année d'adhésion comme une autre, c'est évident que ce dollar-là, il a continué de courir jusqu'en 2018 s'il n'a pas été échangé. Le dollar de voilà 25 ans, ce n'est pas le dollar d'aujourd'hui, mais le consommateur, lui, il a quand même mis ses dollars dans un programme comme le vôtre. Donc, c'est sûr que, quand on vient... tant qu'on est actif, vous avez aussi la règle : bon, on est actif, on est actif, parfait. Mais, à partir du moment où il y a de l'inactivité, vos critères à vous, c'est quoi, pour que les gens perdent les milles ou si les milles continuent de courir quand même?

M. Bragg (John) : If you'll allow me to continue in English.

Une voix : ...

M. Bragg (John) : Merci. Loyalty programs, generally, including the Air Miles program, does not attribute a dollar value or any kind of monetary value to their points. The points are accumulated through member activity. In the case of Air Miles, there's a 24-month member expiry policy. We think it's a very generous policy. It allows our members to be

able to accumulate over 24 months. However, if there are no activities during those 24 months, we start to retire their miles, and the members become inactive.

• (20 h 30) •

Mme Thériault : O.K. Et, lorsque vous informez vos membres, vous les informez de quelle manière qu'il n'y a pas eu d'inactivité sur leur compte pendant x nombre de temps pour la période d'expiration?

M. Bragg (John) : Approximately four months before the member's account is to expire, so that's 20 months with no member activity, we send out an e-mail as part of our regular communication to that member, we also remind the member approximately 45 days before, so a second e-mail goes out to that member. Also, on airmiles.ca, the terms and conditions are available. When the member logs in, that information is available as well with their account. We do whatever we can to encourage our members to stay active. An active member is a valuable member for the Air Miles program as well as the Air Miles partners at the same time.

Mme Thériault : O.K. Et, si vous prévoyez faire des changements dans le programme de fidélité par rapport à la valeur, puisque, lorsqu'on est inactif, vous donnez deux ans, quatre mois, vous envoyez les délais, comme vous avez expliqué, à ce moment-là, lorsque vous prévoyez faire des changements, c'est quoi, le meilleur délai qu'on pourrait instaurer pour s'assurer que, lorsqu'il y a un nouveau changement, tout le monde puisse comprendre les nouvelles règles et être avisé? Est-ce qu'on ne devrait pas se baser sur les mêmes laps de temps que lorsqu'on devient un membre inactif, entre guillemets, de deux ans?

M. Bragg (John) : Generally speaking, the amount of notice will depend on the type of change. We look at changes that are more material in nature. We would expect that we would give as much lead time as possible to our members in order to inform them, both on our Web site as well as through e-mail, that we are planning to introduce a significant policy change. Other changes in the program, for example, when a redemption value fluctuates because of inflation, we don't consider that to be a material change in the program, we simply display that in our rewards catalog.

Mme Thériault : O.K. Merci.

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie. Maintenant, j'invite le député de Saint-Maurice.

M. Giguère : Merci, M. le Président. Donc, Air Miles, j'ai cette carte-là aussi. Donc, j'aimerais ça qu'on m'explique, puis pour les gens qui nous écoutent, être un membre actif, c'est quoi. Quand je vais à l'épicerie, que j'accumule des points, est-ce que je suis reconnu comme actif ou c'est seulement quand je dépense mes points?

M. Bragg (John) : Member activity is defined by any kind of member activity. So, whether it's an accumulation or a redemption, that's considered within the 24 months to be a member activity and that continues their standing in the Air Miles program. We also endeavor to make the barriers or the ability to stay in the program as easy as possible. Just about everybody goes and purchases gasoline, so, when you go purchase gasoline, you swipe your Air Miles card at Shell, and it's an easy thing to do. So, the barriers to stay within the program, we think, are quite low.

M. Giguère : Vous nous parlez aussi que vous voudriez que la loi, là... qu'elle autorise les promotions tactiques de courte durée. Donc, j'aimerais ça élaborer un petit peu sur les tactiques courte durée.

M. Bragg (John) : Certainly. Some of our clients who enjoy using the Air Miles program also wish to have a different tool set in order to be able to motivate their customers, Air Miles collectors, to come into the store. So, in the case that Sonia talked about, I go to my IGA, and they ask me to spend \$50 once a week and, if I do that, every time I do that, I get a credit. So, that can be in the form of a digital credit or it could be in the form of a physical stamp. I don't think there's anybody in the room who remembers green stamps, but that's the type of stamp that you put on a booklet. The terms and conditions are : if you accumulate, say, 20 stamps, you have the opportunity to redeem that booklet for a set of knives or a Tupperware container. So, it's that type of short term tactical promotion that usually does not last much longer than about six months, if that long at all, that some of our members, some of our partners rely on to try to do something a little bit different to engage their customers and our collectors at the same time.

M. Giguère : Ça va être tout pour moi, M. le Président.

Le Président (M. Matte) : J'invite la députée de Fabre.

Mme Sauvé : Merci, M. le Président. C'est un plaisir de vous voir, de vous entendre. Vous avez parlé précédemment de l'information à vos membres actifs via le site Web, les courriels. Comme, dans un monde idéal, on est toujours en mode d'amélioration continue, je voulais vérifier avec vous si vous recueillez les commentaires de vos membres actifs, si vous ajustez un peu votre communication toujours dans un but de bien les informer. Puis les gens à l'écoute savent bien que l'information qui leur est donnée autant sur les promotions, les délais, et tout ça, ça mérite d'être toujours très clair pour eux. Est-ce que vous êtes en amélioration continue au fil des commentaires de vos membres sur l'information que vous leur transmettez?

M. Bragg (John) : The Air Miles program is always looking for better ways to communicate to its members. Routinely, on a daily basis, we have about 42 000 interactions with our member base across Canada, that's a lot of data that the Air Miles program can accumulate and collect, and try to change the way... based on the input we get, the way and the tone that's used with our members. Again, it's in the Air Miles program interest to have engaged members. It's in the Air Miles partners' interest as well to have engaged members who enjoy interacting with the program so that that will drive more sales to our partners as well as offer more and more opportunities for the Air Miles collectors to collect their valuable Air Miles.

Mme Sauvé : Thank you so much.

M. Bragg (John) : Merci.

Mme Sauvé : Merci.

Le Président (M. Matte) : Ça va. Bien, je vous remercie. Maintenant, j'inviterais la députée de Marie-Victorin à poursuivre.

Mme Fournier : Merci beaucoup. Merci d'être présents parmi nous ce soir en commission parlementaire. C'est très intéressant de vous entendre expliquer, donc, les modalités de votre programme, et tout. D'ailleurs, je tiens à saluer la décision que vous avez prise en décembre 2016. Je pense que ça a soulagé beaucoup de monde au Québec, parce que c'est quand même rare qu'il y ait un programme qui touche 2,3 millions de Québécois, donc c'est évidemment à saluer.

Il y a bien des questions pertinentes qui ont été posées de l'autre côté, mais j'aimerais avoir, peut-être, davantage de détails au sujet des modalités pour les consommateurs, donc, de redevenir actifs chez Air Miles, si jamais leur compte passait à l'inactivité après la période de 24 mois. Je me demandais si c'était une possibilité chez vous. Est-ce que le compte est inactif jusqu'à preuve du contraire? Est-ce qu'il y a une possibilité pour l'adhérent de revenir en arrière et de pouvoir réadhérer au programme sans avoir une perte de la valeur de ses points qu'il avait accumulés auparavant?

M. Bragg (John) : The Air Miles program, as I said, doesn't delete the miles, it retires the member's account. The member's account information remains in our database. The members can contact our contact center and reactivate their account again for a certain fee. But we encourage our members, before it gets to that point, especially through communications, through a very long two year process where they are offered many opportunities, to be able to accumulate and stay engaged and active in our program.

Mme Fournier : Donc, j'en comprends, si le membre réactive son compte, si, au bout d'un moment de 24 mois, donc, il n'a pas fait de transaction, mais que, finalement, quelques mois plus tard, il aurait envie de continuer, de recommencer à faire des transactions, est-ce qu'à ce moment-là, automatiquement, il retrouve ses points ou bien ils sont disparus à jamais?

M. Bragg (John) : When the member contacts our contact center, they can ask for their miles to be reinstated for a fee. Once they pay that fee, they are allowed to continue to add to their Air Miles account that they have reinstated.

Mme Fournier : Puis vous chiffrez à combien la pénalité? Ça coûte combien pour un adhérent qui veut ravoir ses points de pouvoir les ravoir, justement? Bien, c'est en fonction du nombre de points qu'il avait, bien évidemment, mais combien il doit payer par tranche d'Air Miles?

M. Bragg (John) : It would depend on the number of Air Miles they have in their account. So, there is a graduated scale depending upon how many miles that they would need to be able to reactivate.
• (20 h 40) •

Mme Fournier : Vous disiez justement qu'avant que l'adhérent vienne à expiration de son compte chez Air Miles, il reçoit un avertissement quatre mois avant, par la suite, un autre avertissement 45 jours avant, et ça, ça se passe par courriel. Mais, des fois, bon, il y a des adresses courriel qui sont inactives, il y a des gens qui ne consultent pas non plus leurs courriels ou, tout simplement, j'imagine que vous avez, dans les 2,3 millions de personnes qui adhèrent chez Air Miles... ce n'est peut-être pas les 2,3 millions de personnes qui ont une adresse de courriel. À ce moment-là, est-ce que vous faites une autre communication? Est-ce qu'il y a un appel qui est fait? Est-ce qu'il y a une lettre qui est envoyée? De quelle façon est-ce que vous fonctionnez?

M. Bragg (John) : Increasingly, Air Miles likes to go the digital route, so we prefer to go with e-mails as much as possible. Also, the information is available on the members' Web page, when they log in. And, at the same time, we would think that the member has some accountability in making sure that their member information is kept up to date as much as possible. An engaged member will make sure that they are getting their monthly statements or regular e-mails... offer e-mails from the Air Miles program. If they start to stop appearing, then that should trigger a member to think that my e-mail address is perhaps off or I need to contact Air Miles to find out what's going on.

Mme Fournier : Très bien, mais j'en comprends donc que, pour quelqu'un qui n'aurait pas d'adresse courriel, ça voudrait dire qu'il n'aurait pas été averti que son compte pourrait venir à expiration. Est-ce que vous utilisez une autre méthode que les courriels pour ceux qui n'en ont tout simplement pas?

M. Bragg (John) : I agree. The Air Miles program prefers to be a digital program not relying on mailings as much as possible. And there is also membership information available online at the same time. We shy away from doing any kind of mailing anymore. We want to be able to be a digital program.

Mme Fournier : Je comprends très bien puis je pense qu'effectivement on s'en va beaucoup vers ça, mais, pour les cas quand même qui existent, vous dites, dans la mesure du possible. Donc, dans la mesure du possible, si la personne n'utilise pas le côté numérique de Air Miles, elle va quand même recevoir une communication ou non?

M. Bragg (John) : We prefer to stay in a digital format as much as possible.

Mme Fournier : O.K. D'accord. Puis, finalement, j'aimerais peut-être vous entendre sur l'aspect de la valeur des points peut-être après le décès d'un adhérent. Est-ce que c'est possible de transférer les points aux héritiers? Est-ce que vous avez une politique à ce sujet-là?

M. Bragg (John) : The Air Miles program does have a death policy, the miles can be transferred over to post-passing, can be transferred over to whomever the will indicates would get those assets. So we do allow the transfer of miles upon death.

Mme Fournier : Donc, ce sont les adhérents au programme Air Miles qui déterminent, après leur décès, à qui iront les points ou ça se détermine après le décès de l'adhérent?

M. Bragg (John) : After death.

Mme Fournier : O.K. Merci.

Le Président (M. Matte) : Merci. J'invite le député de Johnson.

M. Lamontagne : Merci. Bonsoir. Merci beaucoup. Petite question sur les changements de valeur. Moi, je suis un abonné Air Miles depuis très longtemps et puis j'ai le compte... à l'époque, je me... bien là, ça a été transféré, le compte Argent, là. Puis, à un moment donné, je pouvais acheter des cartes de crédit... des crédits chez Jean Coutu, puis mettons que ça coûtait, je dis un chiffre, là, 80 milles pour avoir genre 10 \$, exemple, chez Jean Coutu. Et puis, à un moment donné, on m'explique que ce n'est plus 80 milles, mais c'est 90 milles ou c'est 95 milles pour avoir le même 10 \$ chez Jean Coutu. Puis je me demandais, quand c'est le temps de convertir le point pour un mille aérien, à un moment donné, les coûts de la ligne aérienne montent, et puis, 10 ans plus tard ou cinq ans plus tard, c'est possible que ça coûte plus cher, donc qu'on veuille changer la valeur du mille... Mais, quand on donne des sous, on donne 10 \$. 10 \$ en 1990, 10 \$ en 2000 puis 10 \$ en 2010, c'est le même 10 \$. Alors, qu'est-ce qui fait que vous décidez de changer la valeur, que ça coûte plus cher avoir le même 10 \$? Ça, je ne le comprenais pas.

M. Bragg (John) : The common input cost of any business will increase or decrease over time. So, I think anybody in this room who travels south for the winter, or for a couple of months, or a couple of weeks in the month of March will acknowledge that the price of an airline ticket is higher in March. If I want to go in August, the price of the airline ticket is lower. So, depending upon the input costs, Air Miles adjusts the number of miles required to get that redemption.

M. Lamontagne : O.K., mais le 10 \$, c'est le même 10 \$, là, ce n'est pas... il n'y a pas d'«input cost», là, c'est 10 \$. C'est 10 \$, non?

M. Bragg (John) : For the Air Miles cash program?

M. Lamontagne : Yes.

M. Bragg (John) : The Air Miles cash program is only about two years old?

Mme Galindo (Sonia) : No, we've had it for... Yes, so we've had it just since 2012... 2012, excusez, oui, puis ça a toujours... la valeur, elle est toujours demeurée pareille : 95 milles pour 10 \$.

M. Lamontagne : Les changements visent à encadrer l'expiration, hein, on ne veut plus que ce soit juste une question de temps, là, puis que ça puisse expirer. Puis la loi vous permet quand même de modifier, de façon unilatérale, là, certains critères du programme. Moi, j'aurais tendance à vouloir encadrer les modifications dans la valeur que vous attribuez aux milles. Qu'est-ce que vous auriez à répondre à ça, si je vous disais que, dans le fond, on voudrait faire en sorte que vous ne pouvez pas vraiment faire ce que vous voulez avec la valeur attribuée aux milles ou aux points, on voudrait encadrer ça un petit peu? Est-ce que c'est quelque chose qui est faisable, qui est souhaitable?

M. Bragg (John) : The Air Miles program would not enjoy that, I have to say. I don't think any business would enjoy the Government or anyone dictating what the associated cost or value should be behind their product. One example I like to use is if I go to RONA and I go and choose a five by six piece of pine, nobody is telling RONA what that cost is. RONA takes their input costs, cost of production, of shipping and of stocking it. Similarly, I would expect that Air Miles would be allowed to determine what costs are appropriate. And we have to remember also that if, like RONA, that piece of pine is priced too high, if our rewards are priced too high, the value to our members decreases as well, the intrinsic value, the passion that they have behind the program. So, we need to make sure that, obviously, we're managing our costs appropriately and making sure that we are fixing the redemption prices, the number of miles required in a realistic manner at the same time.

M. Lamontagne : Ça fait que vous pensez que ça ne serait pas faisable de chercher à encadrer un peu. Vous dites que ce n'est pas souhaitable de chercher un petit peu à encadrer les changements que vous pouvez apporter dans la valeur des unités.

M. Bragg (John) : It would be very difficult if you were to ask us to, for example, associate a value to a specific mile. So, think about a mile that you accumulated 20 years ago, that mile would have to be marked against its fractional value of all the rewards available at that time, and then we would have to track all of the miles for all our 11 million members accordingly across the reward inventory. So, I don't know of a computer system right now that could do that.

Secondly, it would be very difficult, I think, for any company to be able to commit to... For example, Air Canada always sells... a return ticket from Montréal to Québec City will always be \$300. I don't think it's possible for them to commit to it. I don't think it's possible, in the same way, that a loyalty program could commit to that at the same time.

M. Lamontagne : Bien, merci. Merci.

M. Bragg (John) : Merci.

M. Lamontagne : C'est tout, M. le Président. Merci beaucoup.

Le Président (M. Matte) : Bien, je vous remercie de votre contribution au projet du projet de loi, là, de votre contribution.

Et je suspends les travaux pour quelques instants.

(Suspension de la séance à 20 h 49)

(Reprise à 20 h 51)

Le Président (M. Matte) : Alors, il nous fait plaisir de vous accueillir pour l'étude du projet de loi sur la consultation. Je vous rappelle que vous avez 10 minutes, et, par la suite, on va amorcer notre échange, et je vous invite à débiter et à vous présenter immédiatement.

Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ)

M. Fortin (Jean-Mathieu) : Jean-Mathieu Fortin, président de la Coalition des associations de consommateurs du Québec et directeur de l'ACEF de la Péninsule.

Mme Soulard (Caroline) : Bonjour. Caroline Soulard, consultante budgétaire à l'ACEF Rive-Sud de Montréal à Longueuil et membre du comité législation de la Coalition des associations de consommateurs du Québec.

Mme Bleau (Rébecca) : Bonjour. Rébecca Bleau, coordonnatrice de la Coalition des associations de consommateurs du Québec.

Le Président (M. Matte) : C'est bien. La parole vous appartient.

M. Fortin (Jean-Mathieu) : M. le Président, Mme la ministre, messieurs dames députés et Mme la présidente de l'Office de la protection du consommateur, merci beaucoup de nous offrir cette tribune.

La Coalition des associations de consommateurs du Québec compte 22 membres à la grandeur du Québec, aux quatre coins du Québec, et, chaque année, les associations de consommateurs interviennent auprès de 25 000 personnes dans leurs activités d'éducation populaire, et dont 7 000 personnes qui sont rencontrées en conseil budgétaire, donc en consultation individuelle.

Et, aujourd'hui, on veut vous présenter des situations concrètes, des histoires de vie qu'on rencontre sur le terrain. On n'a pas choisi des portraits qui sont sordides, on est vraiment allés avec des situations qu'on peut rencontrer de façon très régulière à l'intérieur de nos services. Donc, on va vraiment mettre l'accent sur ça pour supporter les articles de la loi, loi qu'on accueille très favorablement, soi-disant en passant, c'était le moment pour faire un premier pas vers la modernisation, surtout en matière de crédit et d'endettement.

Mme Soulard (Caroline) : Donc, laissez-moi vous présenter, comme ça, en commençant, M. et Mme Dufour, un couple de personnes âgées, 75 et 76 ans, avec des revenus modestes de pension et des difficultés de santé qui entraînent des difficultés budgétaires. C'est un couple qui a des dettes de crédit, sur des cartes de crédit, dépassant 20 000 \$.

Ce couple a besoin d'une auto, trouve un commerçant prêt à leur prêter un joli prêt auto, qui ajoute à leurs paiements mensuels 290 \$ par mois. Je n'ai pas besoin de vous expliquer en détail le budget de ce couple pour vous dire que ce paiement est de trop, et ça vient envenimer la situation de manière très grave.

C'est un exemple parmi tant d'autres qui pèsent dans la balance par rapport à l'obligation pour tous les prêteurs de vérifier la capacité de payer des emprunteurs. Ce couple-là, après un certain temps, n'est plus en mesure de payer ses paiements et, dans le fond, se retrouve acculé à la faillite. Donc, on a un couple qui est dans une situation vraiment très difficile, et le commerçant aussi, dans le fond, y perd au change, parce qu'il n'a pas du tout évalué la capacité de ce couple-là.

Mme la ministre, cet aspect-là, dans le projet de loi, nous tient énormément à coeur. L'obligation de vérifier doit être appliquée à tous les prêteurs, incluant tous les émetteurs de cartes de crédit, parce que les cartes de crédit, c'est un facteur extrêmement aggravant dans le surendettement des Québécois.

De plus, le secteur automobile aussi nous inquiète beaucoup. C'est un secteur à haut risque. On y retrouve beaucoup de deuxièmes et troisièmes chances au crédit. Donc, ils doivent être absolument soumis à cette obligation de vérifier la capacité de payer des emprunteurs.

De plus, la coalition accueille très favorablement tous les éléments du projet de loi qui s'adressent au crédit coûteux, que ça soit au crédit rapide, là, les prêts instantanés de 500 \$. Dans notre mémoire, on vous présente un contrat où le taux de crédit s'affiche à plus de 50 %. Donc, on part à un taux de crédit, un taux d'intérêt — excusez-moi — un taux d'intérêt de 29 % annuellement. S'ajoutent à ça des frais d'assurance, des frais d'administration, en veux-tu en v'là! Et on se retrouve avec un contrat de prêt à 50 % de taux de crédit, ce qui est complètement inacceptable. Le projet de loi doit s'attaquer prioritairement à ce type de crédit coûteux. C'est, en 2017, vraiment, des choses qu'on ne veut plus voir au Québec.

Autre point important : tous les commerçants de type règlement de dettes. Vous savez que le taux d'endettement, évidemment, est très important au Québec. Donc, ça fait beaucoup de Québécois qui sont à la recherche de solutions. Qu'est-ce qu'ils trouvent comme solutions dans les journaux, dans le métro, sur le bord des routes, à la radio? Des offres de solutions magiques. On va trouver une solution à votre problème sans tracas, qui ne coûtera pas cher, dans le fond. Venez nous voir, on va régler votre situation.

Je vous parle de Mme Dumoulin, Mme Dumoulin, qui est une travailleuse, salaire moyen, qui a accumulé, quand même, un certain nombre de dettes. À un moment donné, plus capable de payer ses paiements mensuels. Cherche une solution, entend à son émission du matin une superoffre en disant : Ah! bien, je vais aller voir ça, ça a l'air très sérieux, hein, ça fait très professionnel comme annonce, juste, juste à côté de mon «morning man» préféré, là. C'est vraiment... ça augmente beaucoup la crédibilité du message, hein?

Donc, Mme Dumoulin se présente, on lui offre un contrat de... l'intermédiaire propose de négocier à sa place avec ses créanciers un package deal de paiement, puis, dans le fond, elle doit arrêter de payer ses créanciers et payer l'intermédiaire à la place. Trouve que c'est une solution fantastique, vraiment miraculeuse presque. Donc, commence à payer l'intermédiaire et, quelques mois plus tard, quelle est la surprise? Reçoit un appel d'un émetteur de crédit et lui explique la situation : Bien, vous allez recevoir un appel, tout ça. Bien, madame, on n'a jamais reçu d'appel. Et, de plus, notre institution refuse de négocier avec de tels intermédiaires. Ça ne fait pas partie de nos pratiques de commerce. Mme Dumoulin se retrouve en disant : Mon Dieu, qu'est-ce qui se passe? Se retourne vers son intermédiaire. La seule réponse qu'elle a, c'est : Vous devriez faire une proposition de consommateur, ce qu'elle a toujours refusé de faire. C'est pour ça qu'elle n'est pas allée voir un syndic de faillite, elle est allée voir quelqu'un qui lui proposait un autre type de solution.

Donc, Mme Dumoulin a perdu trois mois de paiement, donc quand même des sommes importantes d'argent, là, plus de 400 \$ par mois, donc plus de 1 000 \$. Heureusement pour Mme Dumoulin, ça s'est bien terminé parce qu'elle a réussi à elle-même négocier une entente très satisfaisante avec son émetteur de crédit, elle qui pensait, qui s'était fait même dire par cet intermédiaire que c'était complètement impossible, qu'elle ne pouvait pas s'organiser toute seule.

Donc, voyez-vous, là, les représentations, des fois, là? C'est assez, assez trompeur, disons. L'exemple de Mme Dumoulin, c'est un exemple parfait qui illustre la situation, là. Il faut absolument agir sur tous les types d'intermédiaires, de redresseurs financiers, peu importe comment on les appelle. Il y en a de plusieurs sortes qui offrent de rehausser la cote de crédit, des prêts de consolidation, de l'évaluation budgétaire à frais extrêmement élevés.

Donc, la Coalition des associations de consommateurs considère que tous ces services sont souvent inutiles et toujours trop coûteux pour le consommateur. Et c'est des industries qui s'attaquent aux personnes, aux consommateurs vulnérables, qui les cherchent. Et on considère que c'est une industrie qui doit être assainie, et on est très favorables, par un encadrement très strict.

• (21 heures) •

M. Fortin (Jean-Mathieu) : ...

Le Président (M. Matte) : Oui, vous poursuivez. La ministre, dans sa générosité, elle vous accorde du temps qui...

M. Fortin (Jean-Mathieu) : D'accord. Un dernier cas, je vous promets. Je vais faire ça rapidement. Un élément qui n'apparaît pas au projet de loi et qui nous semblait très important également, c'est la sollicitation au crédit dans les institutions universitaires et collégiales. C'est un point qu'on tient depuis plusieurs années. On a eu des situations de personnes qui sont venues dans nos bureaux, des personnes qui étaient en train... qui entamaient des études dans des professions dites libérales. Donc, dans ce cas-ci, un couple d'ostéopathes, de futurs ostéopathes, qui se sont fait proposer des marges de crédit au-delà de 30 000 \$, donc deux marges de crédit à 30 000 \$, ce qui nous donne un 60 000 \$, avec un

taux d'intérêt avantageux à 3 % pendant la durée des études. Donc, ce couple-là, à la sortie de ses études, ont fini leur doctorat... sortent avec un endettement global finalement de 90 000 \$, dont un 60 000 \$ qui tombe à 19 % d'intérêt. Donc, on s'entend qu'on perd le taux préférentiel, puisque les études sont terminées, et ils ne réussissent pas à transférer ça dans une marge, dans un prêt personnel traditionnel ou quoi que ce soit. Donc, c'est deux personnes qui ont un salaire assez intéressant et qui n'arrivent pas à respecter l'ensemble de leurs engagements.

Donc, c'est pourquoi on trouve que la sollicitation au crédit dans les lieux d'études ne devrait pas être autorisée. C'est une clientèle qu'on pourrait juger de captive. Donc, les étudiants qui sont sur leur campus n'ont pas l'opportunité d'aller adéquatement magasiner. Ils peuvent être alléchés par des offres de crédit sur une table, sur un kiosque au coin. Alors, voilà, donc, c'est un point qui nous tenait très à cœur.

Et on parle beaucoup de clientèle vulnérable, de consommateurs vulnérables, eh bien, je voudrais tout simplement préciser que, parfois, les personnes ne sont pas vulnérables à la base, mais c'est le surendettement aussi qui les vulnérabilise, et ça, c'est un très grand risque.

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie. Maintenant, j'invite la ministre à poursuivre les échanges.

Mme Thériault : Merci. Merci, M. le Président. Merci, Mme Soulard, Mme Bleau, M. Fortin, d'être avec nous ce soir.

Évidemment, votre groupe, la Coalition des associations des consommateurs du Québec, on a tous entendu vos cas réels avec M. et Mme Dufour et Mme Dumoulin. C'est sûr que ces cas-là... je vais vous dire que, moi, ça fait 15 ans que je suis députée, puis des cas, on en entend, on en voit, dans tous les comtés, partout, au Québec, définitivement. Je pense que 125 députés, nous avons tous eu l'occasion d'entendre, à un moment donné ou un autre de notre carrière, des cas pathétiques. On en voit dans les journaux, on en voit tout partout. Donc, il est évident que ce sont des questions qui sont vraiment assez importantes pour que le Parlement dise : Bien, on va aller de l'avant puis on va faire des lois. Évidemment, une consultation comme on a aujourd'hui, vous aurez compris que, puisque ma nomination est quand même récente, on parle de moins de deux semaines, il est évident que, lorsqu'on m'a dit qu'il y avait des consultations particulières, j'ai repris à pied levé le projet de loi, parce que mon souci était de ne pas retarder les consultations particulières pour arriver au... pour être en mesure d'adopter le projet de loi le plus rapidement possible.

Vous n'êtes pas sans savoir que le projet de loi qui est devant nous, il est issu du projet de loi qui avait été déposé à l'époque, en 2012, par mon collègue le député de Saint-Laurent lorsqu'il était ministre de la Justice, et que, par la suite, le projet de loi est mort au feuillet. Le Parti québécois est arrivé. On n'a pas redéposé de projet de loi. Il y a eu des élections, évidemment. Donc, bon, la ministre de la Justice étant très, très occupée, on comprendra qu'on a fait le choix de prendre la moitié du projet de loi de l'époque pour être capables d'avancer quelque part sur des thèmes, des sujets qui nous apparaissaient opportuns.

Je pense que c'est important de vous dire d'entrée de jeu qu'on a entendu d'autres groupes aussi et c'est sûr que, si on peut faire des omnibus à toutes les sessions parlementaires, ça serait intéressant, mais je pense qu'il ne faut pas rêver en couleurs non plus. Je pense qu'au moins une fois par année d'avoir des sujets qu'on va avoir travaillés...

Parce que moi, je peux vous dire que là j'ai la moitié d'un projet de loi. On en fait la moitié, là. Notre volonté, c'est de l'adopter, mais c'est aussi de rappeler ce qui a été laissé de côté dans une autre session pour être capable de continuer d'avancer.

Mais je suis parfaitement consciente que, comme ministre qui est responsable de la protection des consommateurs, il y aura toujours des nouveaux cas d'espèce qu'on n'a pas prévus, qu'on va voir avec les émissions *J.E., Enquête, Protégez-Vous, La facture*, nommez-les toutes, là, moi, je les écoute toutes, c'est évident que, veux veux pas, il faut continuer à protéger nos consommateurs.

Je pense que la réalité du surendettement, c'est une réalité qui est là, peu importe qu'on soit jeunes, qu'on soit âgés, ça touche tout le monde. On est dans une société où, aujourd'hui, on consomme beaucoup, et le crédit est facile d'accès. On voit tous les cas... La semaine passée, encore, il y avait un cas, là, où on a revu un jeune étudiant qui part dans la vie avec une dette, puis vous venez de parler du couple, là, c'est le parfait exemple : 60 000 \$ de dettes quand tu sors, ce n'est pas évident. Tu pars dans la vie avec un gros passif, puis il n'y a pas beaucoup de possibilités. Vous avez compris que, dans le projet de loi, ce qu'on voulait faire, c'était aussi venir encadrer ou mettre des règles claires pour ceux qui justement vont aller s'attaquer à ça, en leur disant : Bien, venez, on va vous aider, mais finalement on empire le problème, comme vous avez dit.

Donc, quand on regarde dans votre mémoire, ce que je trouvais intéressant... parce que je me demandais, je ne sais pas si vous pouvez nous en parler un peu plus, lorsqu'on regarde les dossiers d'insolvabilité, particulièrement... Moi, je suis convaincue que ce qu'on est en train de faire, ça va changer la donne au niveau des dossiers, parce que, quand on prête, bien, à un moment donné, on a une capacité limitée de remboursement. À partir du moment où on fait nos choses correctement sur la capacité à rembourser... L'accès est trop facile présentement, donc, si on vient resserrer les règles, ça devrait changer les données au niveau des dossiers d'insolvabilité.

Quand on regarde les statistiques, on voit qu'en 1987 il y avait 10 500 dossiers qui étaient traités, j'imagine, par vos regroupements ou dans... à la page 5, le portrait.

Mme Soulard (Caroline) : ...parlez-vous des dossiers de faillite, d'insolvabilité? Habituellement, on va parler des dossiers de faillite, donc...

Mme Thériault : Oui, c'est le portrait général de l'endettement, oui.

Mme Soulard (Caroline) : ...c'est plus chez les syndicats.

Mme Thériault : O.K., ça, c'est chez des syndicats.

Mme Soulard (Caroline) : Mais, effectivement, si les règles sont resserrées, on est tout à fait d'accord avec vous qu'on espère fortement qu'il y ait un recul, parce que, depuis de nombreuses années, le taux de faillites ne fait qu'augmenter, et c'est dramatique, là. Et ça touche tout le monde, vous avez tout à fait raison.

Mme Thériault : Mais je partage tout à fait votre point de vue. C'est sûr que, quand tu regardais : en 1987, 10 500 faillites; 2006, 31 300 faillites; 2015, 43 000 faillites, bien, c'est parce que ça augmente, et donc ça parle tout seul. Donc, c'est sûr que le dossier du surendettement, il faut le regarder, il faut le regarder correctement. Je pense que ce qu'on a mis sur la table, c'est déjà un bon pas, tout le monde va en convenir, parce qu'on vient encadrer des nouvelles industries. Je vais le dire comme ça parce que je pense qu'à chaque fois qu'il y a une problématique il y a une industrie qui va venir, puis, bon, c'est la nature humaine, là, de dire : Bien, qu'est-ce qu'on peut faire pour aider ces gens-là? Comment on peut le faire?

Donc, il est sûr que le fait qu'on veuille avoir des règles claires, qu'on puisse dire : Bien, voici, vous allez remettre un document maintenant, lorsque vous faites des choses, ça va changer beaucoup la donne. Donc, évidemment, moi, comme ministre qui est responsable de ces dossiers-là... vous comprendrez que le but de la commission, c'était vraiment d'entendre les gens, d'entendre ce que les gens ont à dire. Je pense qu'il y a eu beaucoup plus d'opinions qui... est partagée par vous, qu'on a entendue. Je fais abstraction des programmes de fidélité, parce que c'est ce qu'on a entendu, les deux groupes ce soir, parce que ça, c'est une problématique qui est réelle, qui est là, je pense qu'il faut l'encadrer, c'est bon. Mais tout le volet du surendettement, tout le volet de l'accès facile au crédit, je pense que c'est important de le ramener. Parce qu'on était en consultation la semaine passée, puis il y a des gens qui écoutent ce soir qui ne doivent pas voir le lien entre les programmes de fidélité qu'on a entendus et le surendettement.

Donc, c'est pour ça, je pense, que c'est important. Je veux tout simplement vous mentionner que je pense que la préoccupation, elle est là, avec tous les parlementaires, tous les partis confondus, vraiment, pour qu'on puisse faire en sorte qu'on puisse mieux protéger nos consommateurs, qui vivent vraiment... Ce n'est pas normal, d'avoir un accès si facile que ça au crédit. Et il y a tellement de clientèles qui sont vulnérables, c'est vrai pour les aînés, c'est vrai pour le consommateur moyen. Je ne sais pas si vous avez entendu, il y a un jugement que j'ai cité la semaine passée qui disait que le consommateur moyen a tendance, lui, à faire confiance, mais tu ne peux pas faire confiance non plus, parce que, là, c'est à ce moment-là que, souvent, il y a des gens qui vont rentrer puis ils vont te dire : Oui, oui, fais-moi confiance, puis on se ramasse mal pris, en quelque sorte.

Donc, c'est sûr que je pense que le but de mon intervention, c'est vraiment de vous dire qu'il ne faut pas s'arrêter au projet de loi qui est là. Vous avez l'engagement clair qu'il y aura d'autre chose qui sera déposé. Évidemment, on est limités dans le temps, mais je pense qu'il faut quand même se dire que ça, c'est la phase I, qu'il y aura une phase II et que je suis déjà à penser à une phase III, parce que je pense qu'il y a beaucoup de choses qui ne sont pas réglementées où on doit protéger les consommateurs. Et le fait qu'on ait une ministre dédiée à temps plein, ça permet de faire avancer plus de dossiers en même temps. Donc, je veux juste vous rassurer dans l'intention du gouvernement d'aller dans l'action pour protéger les consommateurs mais aussi protéger nos jeunes.

Il ne faut pas penser que, nous, comme législateurs, on n'est pas déconnectés de la réalité, hein? Moi, j'ai un fils qui a 27 ans, aujourd'hui, son anniversaire, lui aussi, il a eu accès à une carte de crédit avec un taux moindre, comme étudiant. On a tous des membres de notre famille... Donc, c'est sûr que, pour nous, là, cette question-là, on... tous les députés peuvent mettre le nom sur les cas que vous avez mentionnés, dans nos propres familles, dans nos amis, dans nos voisins.

Ah! mais je pense que ma collègue, M. le Président, elle avait une question.

• (21 h 10) •

Le Président (M. Matte) : C'est beau. Je vous remercie, Mme la ministre. J'invite la députée de Fabre à poursuivre les échanges.

Mme Sauvé : Merci, M. le Président. Alors, bienvenue à vous trois. Je trouve très intéressant de vous entendre, et, pour bien connaître l'action terrain des ACEF, je vous dirais que j'ai bien senti votre expertise à bien nous démontrer la situation concrète des gens qui vivent des situations de surendettement.

Un peu dans l'esprit de ce que la ministre a bien clarifié par rapport au projet de loi, moi, je veux aller sur la notion du surendettement des jeunes. Et vous avez parlé de Mme Gingras, M. et Mme Dufour, Mme Dumoulin... je ne veux pas en oublier. Alors, parlons maintenant d'Olivier, qui a 20 ans. Dans le fond, ma question, c'est de compléter simplement le portrait des situations terrain que vous vivez. Vous avez parlé tantôt... M. Fortin, vous avez parlé de jeunes en milieu scolaire. D'ailleurs, dans votre mémoire, vous parlez de l'exemple... par exemple, à l'université, les cégeps.

Moi, je veux vous inciter à me parler d'un exemple ou de situations que vous avez vues pour compléter le portrait. Donc, Olivier, qui a 20 ans, mais qui est sur le marché du travail. Alors, je vous inviterais peut-être à compléter cet élément-là : Qu'est-ce qu'il vit, l'aspect attractif du crédit qui est facilement accessible, et tout ça. Mais là je vais arrêter, c'est vous que je veux entendre là-dessus.

M. Fortin (Jean-Mathieu) : J'y vais. Oui. Alors, bien, on rencontre l'Olivier dans nos bureaux, et, souvent, l'Olivier a commencé à avoir son emploi, donc, dès qu'il a un revenu, est admissible à du crédit et considéré comme solvable, c'est un client potentiel pour les émetteurs de crédit. Alors, Olivier se fait solliciter pour recevoir une fabuleuse

carte de crédit avec une limite de 1 000 \$. Alors, pour Olivier, 1 000 \$, c'est du cash. Pour Olivier, 1 000 \$, ce n'est pas une dette qu'il va devoir rembourser, c'est une possibilité d'exaucer ses rêves, d'exaucer ses envies parce que souvent désirs et besoins sont confondus, on s'entend là-dessus.

Olivier est aussi exposé à de la publicité, est exposé à l'influence des pairs. On sait très bien que le marketing et tout ce qui est le conditionnement opérant, là, c'est assez lié, là, la psychologie de l'apprentissage. Alors, Olivier a envie d'utiliser sa carte de crédit pour aller se chercher, bien, un nouveau téléphone, pour éventuellement acheter un petit véhicule, une minoune, comme on pourrait dire. Alors, progressivement, bien, Olivier va remplir sa carte de crédit et va se rendre compte, quand le relevé de compte va arriver, qu'il n'a peut-être pas la capacité de rembourser ses obligations. Parce qu'Olivier, bien, a aussi un appartement, donc a aussi déjà des obligations de base. Olivier doit faire l'épicerie.

Alors, progressivement, il va se retrouver dans une situation d'endettement qui n'est pas facile à comprendre non plus. Ce n'est pas facile de comprendre le fonctionnement du crédit pour quelqu'un qui n'a jamais été exposé et qui n'a pas vraiment eu une éducation sur le crédit, comme on pourrait dire. C'est sûr que, si on compte sur les émetteurs de crédit pour nous éduquer sur le crédit, je crois qu'on se ferait tous un peu avoir à quelque part. Ils veulent le vendre, le crédit.

Alors, voilà. Olivier finit par venir nous rencontrer et essaie de trouver une solution pour se sortir de ce cycle-là. Mais ça a des impacts à long terme, parce qu'à un très jeune âge Olivier va devenir insolvable, va avoir une mauvaise cote de crédit, donc va se retrouver plus tard dans des sphères de sa vie... il va avoir de la difficulté à pouvoir contracter des engagements qui pourraient l'aider à avancer dans la vie, mais il a un passé de mauvais payeur, alors ça peut lui nuire énormément.

Mme Sauvé : Merci.

Le Président (M. Matte) :  a va? Il vous reste trois minutes. Oui?

Mme Thériault : ...parce que vous venez de dire qu'Olivier va se ramasser avec un passé de mauvais payeur. Pour les gens qui nous  cotent, combien de temps le dossier de crédit va suivre puis c'est quoi, les impacts? Moi, je le sais, mais je me dis : Pour les gens qui nous  cotent, les gens n'ont pas idée ce qu'ils vont traîner comme passif avec ça. Le trois minutes, j'aimerais ça que vous le preniez pour l'expliquer, rapidement.

Mme Soulard (Caroline) : Dans le fond, au bureau de crédit, ça peut être noté jusqu'à six ans dans son dossier de crédit et, à l'institution prêteuse, là, ça peut être beaucoup plus longtemps. Là, on peut être barré chez un prêteur en particulier, sinon à vie, mais, en tout cas, pendant vraiment un très long laps de temps. Donc, effectivement, ça nous coupe des portes pendant de nombreuses années, et, si... effectivement, pour le cas d'un jeune, c'est d'autant plus malheureux, là. Et j'ajouterais, sur le cas d'Olivier, c'est qu'on commence par offrir une carte à Olivier de 1 000 \$, là, mais, six mois après, on augmente sa limite très, très, très rapidement, là. Donc, dans quelques années, ça ne sera plus 1 000 \$, ça va être plusieurs milliers de dollars.

Mme Thériault : Merci.

Le Président (M. Matte) : C'est bien. J'invite le député de Saint-Maurice. Il vous reste 1 min 30 s.

M. Giguère : L'impact que ça a, moi, je l'ai vécu la semaine passée, pas plus tard que la semaine passée. Vendredi soir, il y avait une activité au Québec puis chez moi à Shawinigan, la Nuit des sans-abri. Donc, j'ai être passer toute la soirée et une partie de la nuit avec ces gens-là, puis j'ai être poser directement la question : C'est quoi qui t'a amené ici? C'est quoi, les badlucks que tu as eues dans ta vie? Puis c'est une question d'argent tout le temps qui revient, oui, il y a les maladies mentales, mais la majorité... Et, sur les prêts, là, de deuxième ou troisième chance avec des taux exorbitants, on voit l'impact directement.

Moi, je veux revenir sur Olivier. Là, il a 20 ans, là, mais ma fille, moi, elle a 16 ans, donc le crédit est facile. Mais l'éducation, la formation, éduquer nos enfants, comment vous voyez ça pour ne pas qu'Olivier arrive à 20 ans puis qu'il ait justement... Est-ce qu'on peut responsabiliser nos jeunes et nos citoyens? Je vois aussi que vous faites 7 000, au-dessus de 7 500, là, consultations budgétaires individuelles, donc vous sensibilisez, vous faites les budgets. Donc, j'aimerais ça vous entendre parler un petit peu, là, rapidement sur ça.

M. Fortin (Jean-Mathieu) : Bien, la sensibilisation est essentielle. L' ducation aux finances personnelles est essentielle, et, aussitôt qu'on peut commencer, c'est important de le faire. Par contre, si on remet la responsabilité aux parents d'éduquer les enfants sur les questions financières, si le parent ne détient pas le savoir nécessaire pour bien éduquer, on est dans un cul-de-sac. Il y a une complexification continue des produits de crédit. Le marché est très créatif, O.K., on s'entend là-dessus, on est tous au courant de  a, et c'est difficile de suivre la cadence, c'est difficile de se maintenir au parfum. Même nous, on travaille là-dedans quotidiennement, et on est en formation continue à longueur d'année.

Le Président (M. Matte) : ...conclure, s'il vous plaît, le temps est écoulé.

M. Fortin (Jean-Mathieu) : Oui. Alors, très rapidement, oui, c'est essentiel, mais il faut trouver des stratégies, de suivre le marché, et de bien éduquer les personnes.

Le Président (M. Matte) : J'invite la députée de Marie-Victorin à poursuivre à ce moment-là.

Mme Fournier : Merci beaucoup. Merci d'être présents ce soir avec nous en commission parlementaire, M. Fortin, Mme Bleau et Mme Soulard. Toujours heureuse de voir des organismes de Marie-Victorin ici, à l'Assemblée nationale.

Moi, une de mes grandes préoccupations, comme vous l'avez bien identifiée dans votre mémoire, c'est évidemment la sollicitation sur les campus universitaires mais aussi dans les cégeps. Moi, ça ne fait pas si longtemps que ça que je suis passée par le cégep et je me souviens que, lors des rentrées scolaires, il y avait, par exemple, toutes les institutions financières qui étaient présentes afin d'offrir directement, là, du crédit aux jeunes cégépiens que nous étions. Et pourtant, parmi le nombre, dont moi à ce moment-là, je n'avais même pas atteint la majorité, donc c'est certain que c'est quelque chose qui est très préoccupant, une préoccupation d'ailleurs qui avait été amenée en 2011 lors de l'étude du projet de loi n° 22 à ce moment-là.

Donc, effectivement, nous aussi, on a noté que c'était absent dans le présent projet de loi. Puis, quand on parle des consommateurs vulnérables, de façon générale, je pense quand même que les jeunes qui atteignent justement la majorité et qui arrivent à l'école, au cégep ou à l'université, à mon sens en tout cas, ça rentre dans la palette des consommateurs vulnérables parce qu'ils n'ont pas nécessairement encore l'expérience nécessaire pour faire des choix aguerris en matière de crédit et surtout compte tenu, bon, que l'éducation n'est peut-être pas au rendez-vous dans ces cas-là.

• (21 h 20) •

Et personnellement j'ai beaucoup de gens dans mon entourage, mais j'entends beaucoup d'histoires aussi de jeunes qui se sont fait offrir les fameuses marges de crédit dont vous parliez tantôt sur la base, au fond, d'un revenu qui est anticipé. Quand on fait des études, par exemple, en médecine, en droit, etc., tantôt, vous avez parlé de d'autres disciplines aussi, et donc on fait miroiter à ces jeunes-là, au fond, qu'au terme de leurs études c'est le salaire qu'ils vont gagner, qu'ils vont être en mesure de rembourser facilement ces marges de crédit. Donc, que pendant le temps de leurs études, ils peuvent s'endetter un peu sans compter puis dépenser leur argent, bon, en vacances, en voyages, en plusieurs choses qui ne concernent pas nécessairement les études. Puis ça peut être très attractif, justement, pour un jeune, parce que, bon, on envisage, comme vous le mentionnez, une vie un peu de prestige, tout ça. Donc, c'est tentant, surtout quand on ne réalise pas nécessairement la vraie réalité du marché du travail, qui peut venir plus tard.

Par exemple, tu sais, c'est faux de croire que tous les étudiants en droit vont faire des salaires de 300 000 \$, 400 000 \$, tu sais. Peut-être ceux qui choisissent le droit des affaires, c'est vrai qu'ils ont davantage de chances de faire un salaire important. Mais, si la personne se rend compte, au fil de ses études, qu'elle, c'est le droit communautaire, le droit social, puis n'importe quel autre type de droit, même le droit du travail, qui va rapporter une rémunération généralement moins grande que le droit des affaires, bien, à ce moment-là, c'est problématique, effectivement, qu'on leur ait offert, par le passé, cette marge de crédit qui, au fond, dépasse largement le revenu qu'ils vont avoir dans la réalité.

Donc là, je comprends qu'on parle de la sollicitation directement dans les campus universitaires ou dans les cégeps, donc les institutions qui vont proposer, mais je me demande si vous aviez une opinion sur le fait de, par exemple, un jeune qui décide par lui-même d'aller rechercher des options de crédit, peut-être à l'extérieur des établissements d'enseignement. Est-ce que, pour vous, ça devrait être quand même permis de proposer des marges de crédit qui soient aussi grandes à ces jeunes-là, donc, en fonction d'un revenu anticipé, mais qui est en fait un mirage?

Mme Soulard (Caroline) : Bien, je répondrais : Avec les dispositions dans le projet de loi qui obligerait le prêteur à évaluer la capacité réelle de rembourser de l'emprunteur, donc là on ne serait pas dans des revenus hypothétiques mais dans des revenus réels.

Je pense que c'est extrêmement rêveur de penser, comme je trouve que vous l'avez bien mentionné, ce n'est pas parce qu'on commence des études, premièrement, qu'on va les finir, et, deuxièmement, les revenus anticipés sont peut-être beaucoup plus éloignés aussi que ce qu'on croyait. Moi, quand j'étais à l'université, on me promettait aussi, en disant : Bien, voyons donc, tu vas à l'université, tu vas être professionnelle. Bien, dans un organisme communautaire, je vous garantis que... bon, c'était modeste, hein? Donc, je suis tout à fait d'accord avec vous. Donc, on n'est pas contre l'octroi de crédit aux jeunes, quand même, parce que le crédit peut être pratique et doit être utilisé pour être compris et expérimenté. Mais, si on se base sur la capacité réelle des étudiants à court terme, je pense que ça réglerait en grande partie ce problème-là.

Sur la question de la sollicitation sur les campus, il y a toute la notion que, quand j'ai accès à des produits de crédit sur le campus, ça donne de la crédibilité à ces produits-là. Et les jeunes sont comme tous les consommateurs, ils supposent que le prêteur a fait une évaluation, a fait des calculs, a réfléchi à ma capacité de payer, ce qui, dans la réalité, ne se fait pas. Et c'est ça qu'on veut... auquel on trouve qu'on devrait s'attaquer pour enlever au moins cette disponibilité-là sur les campus. Et il y a des campus qui ont décidé de le faire de leur propre chef, certaines universités, certains cégeps, et on trouve que c'est... Donc, ça se peut, qu'il y a des initiatives qui sont réelles, et on trouve que c'est des initiatives qui devraient être, dans le fond, étalées sur toutes les institutions scolaires. Ça pourrait être... oui.

Mme Fournier : Merci beaucoup. Un autre point que je trouvais particulièrement intéressant dans votre mémoire puis original, le fait de fixer un écart maximum entre le taux de la Banque du Canada et le taux d'intérêt sur les cartes de crédit, parce que les chiffres que vous mettez dans votre mémoire, aussi, je pense qu'ils parlent beaucoup.

Mais je me demandais, dans le cas où on mettrait justement une limite sur les taux de cartes de crédit, il y a peut-être des consommateurs qui, bon, remplissent leurs obligations de paiement de façon très régulière et qui gèrent, au fond, très sagement leurs finances, pourraient avoir peur que, si on limite les taux de cartes de crédit, bien, que les émetteurs de crédit soient tentés peut-être de faire passer la perte de revenus sur les consommateurs, qui, eux, gèrent sagement leur crédit. Est-ce que vous avez évalué cette possibilité-là?

Mme Soulard (Caroline) : Honnêtement, non. Dans le fond, on base nos arguments sur le fait que, depuis les années 80, les émetteurs de cartes de crédit se sont grassement payés sur le dos de l'ensemble des consommateurs. Donc, même ceux qui paient bien, je veux dire, tous ceux qui ont payé des intérêts ont trop payé d'intérêts depuis les années 80, parce que, quand les taux d'intérêt ont monté dans les années 80, les émetteurs de cartes de crédit ont décidé : Bien, nous, on reste là, on trouve que c'est très payant de charger 18 %, 19 % et 30 % d'intérêt. Donc, on trouve que c'est scandaleux.

Donc, les émetteurs de cartes de crédit, de toute façon, font tellement de profits que, si jamais ils... je ne pense pas qu'il y a de risque sincèrement parce que c'est tellement ancré dans la pratique, dans leurs pratiques, hein, dans notre société de consommation, mais dans la pratique des consommateurs aussi, qu'il y a quand même un jeu d'équilibre. Si les émetteurs de cartes de crédit sont bien encadrés par la loi, les consommateurs, eux aussi, ont des choix. Donc, ils vont choisir les émetteurs de crédit qui vont leur offrir le meilleur produit. Le problème, c'est que les cartes de crédit générales, elles ont toutes le même taux d'intérêt, là. On n'a pas beaucoup de magasinage qu'on peut faire en ce moment.

Mme Fournier : Très bien, oui, c'est sûr que je partage votre avis que c'est tout à fait scandaleux. Pour revenir aux paiements minimums, peut-être sur les cartes de crédit, le 5 %, j'ai bien noté aussi que vous, vous suggérez peut-être une modification et le fait qu'il faudrait que ça soit une augmentation graduelle de 0,5 % par année, contrairement à ce qui est prévu dans le projet de loi, le 1 % par année. Si vous proposez ça, j'imagine que c'est parce que vous sentez que ce serait un trop grand choc pour les personnes d'augmenter de 1 %. Donc, comment vous l'évaluez, justement, ce choc-là? Pourquoi vous en êtes venus à la conclusion que ça serait mieux 0,5 % plutôt que le 1 %?

Mme Soulard (Caroline) : Je vous dirais que, dans le fond, l'idée, c'est de l'étalement. C'est vraiment d'y aller progressivement, entre vous puis moi, du 0,5 % au 1 %.

Dans le fond, on le sait très bien que les consommateurs, dans le fond, de prime abord, vont être contre cette mesure-là, tu sais, ça dit : Bien, moi, je ne veux pas payer plus, mais, pour le bien commun, pour la santé financière des Québécois, on considère que c'est une extrêmement bonne mesure. Donc, pour atténuer, hein, pour faire un peu... dire : Bon, le consommateur, on va essayer de prendre soin de lui quand même, il est dans une situation délicate, donc, de favoriser l'étalement, on trouvait que c'était une bonne mesure. Mais on est pour le fait que le 5 % s'applique dès maintenant pour les nouveaux.

Donc, ça doit être un message clair de : quand on prend du crédit, il y a un coût puis on ne peut pas étirer ça pour l'éternité.

Mme Fournier : Très bien. Merci.

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie. Maintenant, j'invite le député de Johnson à poursuivre.

M. Lamontagne : Merci beaucoup, M. le Président. Bonsoir. D'abord, je vous dis que je suis tout à fait en accord avec l'idée d'avoir une mise à niveau de nos lois pour permettre un encadrement accru de tout ce qui est facilité de crédit aujourd'hui. Par contre, j'ai quelque chose que j'ai lu dans votre mémoire que je dois partager avec vous, parce que ça me challenge beaucoup. À la page 9, dans vos considérants, vous y allez, vous dites, le cinquième considérant, là : «Considérant que le consommateur, malgré son libre arbitre, ne peut pas à lui seul faire face aux influences et aux pressions incessantes du système capitaliste dans lequel il évolue [...] lui commandent de consommer à crédit.» Je trouve ça vraiment, vraiment fort comme énoncé puis je remets ça en question.

Ça fait que je ne veux pas prendre mes six minutes pour ça, mais je veux quand même vous entendre parce que vraiment, peut-être que, pour quelques individus, là, mais vous ratissez large en disant ça, là, puis ce n'est pas vrai qu'on ne peut pas faire face à ça tout seul, là.

Mme Soulard (Caroline) : Bien, j'ai le goût de vous répondre.

M. Lamontagne : Oui.

• (21 h 30) •

Mme Soulard (Caroline) : À l'origine, le législateur qui a décidé de mettre là... qui a fait la deuxième version de la LPC, dans la fin des années 70, c'était convenu que le consommateur était défavorisé par rapport aux commerçants. C'est une notion qui s'est un peu perdue. Des fois, on a de la misère à s'en rappeler, mais, pour nous, c'est un fait établi que le consommateur n'est pas dans une position d'égalité avec le commerçant, ne possède pas les outils, les ressources, les connaissances au même niveau que le commerçant. Donc, pour se défendre, il a besoin de la loi, oui. Et le niveau de connaissance des Québécois — on parlait des jeunes, là, mais ce n'est pas juste les jeunes — le niveau de connaissance des Québécois au niveau... en matière de finances, là, il n'est pas très élevé, monsieur. Et la question aussi — Jean-Mathieu l'a bien souligné — c'est : le contexte se complexifie d'année en année, les produits sont très particuliers. On mélange des placements avec des assurances. On fait des hypothèques avec trois parties, hein, j'ai une hypothèque sur ma maison en trois parties, puis là il y a des échéances... C'est extrêmement compliqué. Donc, effectivement, le consommateur moyen s'y perd.

Et la question aussi, c'est : la loi, elle est là pour assurer que les informations que le consommateur reçoit, c'est des informations qui sont justes, parce que, malheureusement, des fois, là, les informations, elles sont légèrement biaisées.

M. Lamontagne : Merci, merci. Merci de votre plaidoyer. Une chose pour moi aussi qui est importante, c'est de s'assurer que, quand on cherche à corriger ou à améliorer une situation, bien, c'est que, de façon indirecte, on ne vient pas

compliquer quelque chose d'un autre côté. Tout ça, c'est comment un changement va être applicable. Alors, quand vous nous parlez d'augmenter les délais pour résilier de deux jours, vous parlez même de sept jours puis même de 15 jours, dans une optique où on achète la plupart du temps un bien, un bien qui déjà, quand il sort du magasin, déjà, il peut avoir une perte de valeur, mais aussi on peut commencer à l'utiliser sur-le-champ, bien, de penser qu'on pourrait prendre sept jours puis jusqu'à 15 jours avant de pouvoir résilier, vous pensez vraiment que c'est applicable, que c'est...

M. Fortin (Jean-Mathieu) : Ils l'ont fait en Europe. Ils l'ont fait en Europe, donc je ne vois pas pourquoi ça ne serait pas applicable. Et un délai de résiliation de deux jours, ce n'est pas considéré comme raisonnable. Ça ne laisse pas un délai raisonnable à un consommateur de se poser, de s'asseoir, de sortir du cercle d'influence de celui qui lui a octroyé le crédit ou le bien, et de sortir de ce cercle-là, et d'aller chercher l'information juste. Donc, si on voit un consommateur qui cherche l'information, qui veut aller chercher une foule d'informations, bien, un délai de sept jours serait minimalement acceptable pour un délai de résiliation de contrat.

M. Lamontagne : Sept jours, O.K. Quand vous parlez qu'il n'y ait, sous aucune considération, un dépassement d'une limite de crédit, ça veut dire que, pratiquement, quelqu'un s'en va pour faire un achat, que ce serait 30 \$, mettons, puis il dépasserait sa limite de 4 \$, ça ferait que la transaction serait refusée. Puis la seule façon possible qu'il en serait autrement, il faudrait que le consommateur appelle sur les lieux, mettons, appelle l'émetteur puis dise : Écoute, je te donne l'autorisation d'augmenter ma marge de crédit, et tout ça. Vous, ça serait la seule façon de fonctionner, sinon... Parce que les émetteurs nous disent : Bon, bien, on permet, mettons, jusqu'à 5 %. Ça veut dire que, si quelqu'un a une marge de 500 \$, on permet qu'il pourrait y avoir un dépassement de l'ordre de 25 \$ question de flexibilité, entre guillemets, là. Mais vous, ça serait vraiment...

Mme Soulard (Caroline) : Bien, on considère que, premièrement, les dépassements sont beaucoup variables, hein? Donc, vous parlez de 5 %, mais on a vu aussi beaucoup plus que ça. Donc, il y a vraiment comme un genre de : Il n'y en a pas, de limite. Il y a comme tellement de flexibilité qu'il n'y en a plus, de limite. On considère que, quand on prend un... on s'engage dans un contrat de crédit pour, disons, une limite de 5 000 \$, moi, j'ai évalué... peut-être je suis un très bon consommateur, et j'ai évalué ma capacité de remboursement pour me dire : À 5 000 \$, là, il faudrait que j'aie un petit signal d'alarme pour me dire : Oh, wo, là! il faudrait que je fasse quelque chose, il faudrait que je révise mon budget ou mes finances. Et, si on ne m'avertit pas que j'atteins ma limite, bien là, je veux dire, l'émetteur ne fait pas son travail non plus. Et ce qu'on considère aussi, c'est que, si le consommateur est toujours proche de la limite ou sur le bord de la limite, là, bien, c'est un signe de situation financière difficile, parce qu'un consommateur averti qui a besoin de plus de crédit pour un projet x, bien, n'a pas besoin de... ne sera pas rendu à la caisse, là, pris au dépourvu, mais va être capable de faire une demande bien réfléchie en... Puis on sait très bien que les augmentations sont effectivement très simples, c'est un coup de fil, hein? C'est vraiment extrêmement simple.

Mémoires déposés

Le Président (M. Matte) : Je vous remercie de votre contribution aux travaux de la commission. Avant de conclure l'audition, je procède au dépôt des mémoires pour les personnes ou les organismes qui n'ont pas pu se faire entendre.

Puis, ayant accompli son mandat, la commission ajourne ses travaux à mercredi le 25 octobre 2017, après les affaires courantes, vers 11 h 30. Et je vous souhaite une bonne fin de soirée puis des beaux rêves.

(Fin de la séance à 21 h 35)