



ASSEMBLÉE NATIONALE

PREMIÈRE SESSION

TRENTE-NEUVIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

de la Commission permanente des institutions

Le jeudi 30 avril 2009 — Vol. 41 N° 8

Étude des crédits du ministère de la Justice (1):
volet Office de la protection du consommateur

**Président de l'Assemblée nationale:
M. Yvon Vallières**

QUÉBEC

Abonnement annuel (TPS et TVQ en sus):

Débats de l'Assemblée	145,00 \$
Débats des commissions parlementaires	500,00 \$
Pour une commission en particulier:	
Commission de l'administration publique	75,00 \$
Commission des affaires sociales	75,00 \$
Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation	25,00 \$
Commission de l'aménagement du territoire	100,00 \$
Commission de l'Assemblée nationale	5,00 \$
Commission de la culture	25,00 \$
Commission de l'économie et du travail	100,00 \$
Commission de l'éducation	75,00 \$
Commission des finances publiques	75,00 \$
Commission des institutions	100,00 \$
Commission des transports et de l'environnement	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
Distribution des documents parlementaires
1020, rue des Parlementaires, bureau RC.85
Québec, Qc
G1A 1A3

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

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

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 0823-0102

Commission permanente des institutions

Le jeudi 30 avril 2009 — Vol. 41 N° 8

Table des matières

Office de la protection du consommateur	1
Discussion générale	1
Niveau du budget	1
Mission	4
Modifications législatives envisagées	5
Lien avec le périodique <i>Protégez-Vous</i>	5
Modifications législatives envisagées (suite)	5
Lien avec le périodique <i>Protégez-Vous</i> (suite)	5
Contrat accordé à M. Denis Ferland	6
Contrat concernant le crédit à la consommation	7
Évolution de l'effectif	8
Nombre d'enquêteurs et travail de surveillance	9
Publicité destinée aux enfants	11
Contrat accordé au Club de hockey Canadien inc.	12
Document déposé	13
Montant et perception des amendes	13
Coût des permis	13
Modifications législatives envisagées (suite)	14
Participation au Programme de promotion des saines habitudes de vie	15
Litiges soumis à la conciliation	16
Politique d'exactitude des prix	16
Litiges soumis à la conciliation (suite)	17
Politique d'exactitude des prix (suite)	17
Adoption des crédits	18
Documents déposés	18

Intervenants

M. Bernard Drainville, président
M. Claude Bachand, vice-président

Mme Kathleen Weil
M. Claude Pinar
M. François Ouimet
Mme Stéphanie Vallée
Mme Maryse Gaudreault
M. Vincent Auclair

* M. Louis Borgeat, Office de la protection du consommateur

* Témoin interrogé par les membres de la commission

Note de l'éditeur: La commission a aussi siégé en après-midi pour l'étude des crédits du ministère du Conseil exécutif. Le compte rendu en est publié dans un fascicule distinct.

Le jeudi 30 avril 2009 — Vol. 41 N° 8

**Étude des crédits du ministère de la Justice (1):
volet Office de la protection du consommateur***(Neuf heures trente-trois minutes)*

Le Président (M. Drainville): Alors, à l'ordre, s'il vous plaît! Ayant constaté le quorum, je déclare la séance de la Commission des institutions ouverte. Je demanderais à toutes les personnes dans la salle de bien vouloir fermer la sonnerie de leurs cellulaires.

La commission est réunie afin de procéder à l'étude du volet Protection des consommateurs des crédits budgétaires du portefeuille Justice pour l'exercice financier 2009-2010.

M. le secrétaire, est-ce qu'il y a des remplacements?

Le Secrétaire: Oui, M. le Président. Cet avant-midi, M. Kelley (Jacques-Cartier) est remplacé par M. Auclair (Vimont); et M. Cloutier (Lac-Saint-Jean) est remplacé par M. Pinard (Saint-Maurice).

Office de la protection du consommateur

Le Président (M. Drainville): Merci, M. le secrétaire. Alors, j'aimerais vous faire une suggestion quant à l'organisation de nos travaux. Pour faciliter les échanges, je vous propose de procéder à une discussion générale sur le volet Protection des consommateurs par blocs d'environ 20 minutes, incluant les questions et les réponses, et de procéder à la mise aux voix du programme à la fin de la séance.

Je vous indique qu'à la suite d'une entente entre les groupes parlementaires il n'y aura pas de remarques préliminaires, puisque nous disposons de deux heures pour l'étude de ces crédits. De plus, les temps de parole seront répartis comme suit: 50 % au groupe ministériel, environ 55 minutes; 40 % à l'opposition officielle, environ 45 minutes; 10 % au deuxième groupe d'opposition. Le temps qui ne sera pas utilisé par le deuxième groupe d'opposition sera alloué à l'opposition officielle. Est-ce qu'il y a un consentement pour procéder de cette façon? Consentement? Merci. Consentement. Merci beaucoup.

Discussion générale

Alors, nous allons débiter dès maintenant la période d'échange, et je suis prêt à reconnaître le porte-parole de l'opposition officielle en matière de protection des consommateurs, le député de Saint-Maurice. M. le député.

Niveau du budget

M. Pinard: Alors, merci beaucoup, M. le Président. Tout d'abord, je suis très heureux de participer ce matin aux travaux de votre commission, M. le Président. Et c'est la première fois que j'ai l'occasion de discuter en profondeur avec notre nouvelle ministre de la Justice et ça me fait véritablement plaisir, madame, surtout d'aborder les crédits de la Loi de protection du consommateur. Vous savez, dans mon ancienne vie, j'ai eu l'occasion de

travailler régulièrement avec le monde de la consommation. Alors, nous aurons des beaux échanges concernant les crédits, bien entendu, mais surtout la loi actuelle et probablement l'avenir de cette loi, qui m'apparaît actuellement, au moment où on se parle, un avenir qui peut être prometteur ou un avenir qui peut être très sombre, selon la direction que le ministère va prendre dans les semaines et dans les mois à venir.

Comme le temps imparti est relativement court et même, je dirais, très court, parce que plus on approfondit des crédits, plus on travaille dans le dossier, plus on s'aperçoit que la matière est immense — un professeur a besoin de plus de 15 crédits pour... de plus de trois crédits pour approfondir complètement ce qu'on a à travailler — rapidement je vais aborder la question financière. Et j'aimerais qu'on l'aborde avec, malheureusement, ce qui s'est produit depuis au-delà d'une douzaine d'années. J'aimerais qu'on remonte à cette époque de 1995 plus précisément, l'année où il y a eu des coupures importantes, et j'aimerais connaître l'évolution qui est advenue au niveau de l'Office de la protection du consommateur de 1995 à 2009. Pourquoi? Parce que je vois, à la page 144, cahier des crédits, qu'il y a cette année une augmentation d'environ, je dis «d'environ», 3 % du budget qui était alloué à l'Office de protection du consommateur l'an dernier et le budget qui sera alloué cette année. Donc, pour moi, le 3 %, et j'aimerais avoir la confirmation, va représenter possiblement seulement l'augmentation du coût. C'est tout simplement l'augmentation des coûts normaux, coûts de système. Alors, si tel était le cas, j'aimerais qu'on remonte immédiatement à ce qui s'est produit en 1995.

Tout le monde se souvient de l'effort inouï qui a été demandé à tout l'ensemble de la communauté québécoise, en commençant par les députés, par les ministres, par tout l'appareil gouvernemental, qui a subi des baisses draconiennes au niveau de leurs revenus, et le gouvernement de l'époque a fait en sorte d'arriver au fameux déficit zéro. Alors, il y a eu un effort magistral qui a été commandé au niveau de l'Office de protection du consommateur. J'aimerais connaître, parce que nulle part je ne peux le voir dans les livres, quels étaient à ce moment-là les effectifs de l'office, quel était, en 1995, son budget, et qu'est-ce qui s'est passé depuis 1995 à 2009. Parce qu'annuellement j'imagine qu'il a dû y avoir des demandes d'augmentation, des demandes reconventionnelles, pour faire en sorte que le budget de l'Office de protection du consommateur subisse... obtienne une hausse qui permette de donner le service que l'office se doit de donner à l'ensemble de la population du Québec.

Le Président (M. Drainville): Mme la ministre.
● (9 h 40) ●

Mme Weil: Merci, M. le Président. Alors, dans un premier temps saluer, M. le Président, les membres de l'opposition, les collègues ministériels. Aussi, il me fait grand plaisir de pouvoir échanger avec vous aujourd'hui. C'est

ma première séance d'étude des crédits. Aussi ravie de pouvoir l'aborder... justement que ma première séance soit focussée sur justement les droits du consommateur et l'équilibre entre les forces commerciales justement et le consommateur contracteur.

Alors, à titre de ministre de la Justice et de Procureur général du Québec, je voudrais vous présenter dans un premier temps l'équipe qui m'accompagne, soit MM. Jean-Philippe Marois, mon directeur de cabinet, à ma gauche, Adam Lukofsky, attaché politique, aussi le président de l'office, Me Louis Borgeat, lui-même accompagné de son équipe de gestion, dont M. Gilles Angers, secrétaire général de l'office, et accompagné de son équipe de gestion. Et avec votre permission, M. le Président, de temps en temps je demanderai la permission à M. Borgeat ou à un membre de son équipe lorsque vous allez vouloir avoir des éclaircissements plus en profondeur.

Alors, vous voulez faire un peu l'historique des coupures et avoir un éclaircissement sur ce qui apparaît évidemment comme des bonnes nouvelles cette année. Et en fait c'est des bonnes nouvelles cette année. Alors, peut-être, dans un premier temps, on va commencer avec les bonnes nouvelles et peut-être ensuite remonter aux années antérieures.

Alors, c'est la première hausse, la hausse que vous voyez cette année, depuis les 15 dernières années — alors, vous avez raison de cibler 1994-1995 — et l'office pourra bénéficier, en 2009-2010, d'une hausse de presque 600 000 \$, c'est à peu près 570 000 \$, soit plus de 7 %, par rapport à sa capacité financière de 2008-2009. Et cette hausse s'explique de la façon suivante: 293 000 \$ de hausse des crédits à voter, et, par le biais d'un mécanisme d'assouplissement budgétaire connu sous le vocable de «crédits au net», l'office pourra bénéficier d'une partie de ses revenus autonomes, qu'il estime à près de 275 000 \$. Donc, ça fait un total de 568 000 \$. Et je ne sais pas si dans un premier temps vous voulez que M. Borgeat explique ce mécanisme des crédits au net ou vous voulez retourner dans les années antérieures...

Une voix: ...

Mme Weil: D'accord. Alors, si on commence avec l'exercice 1993-1994, il y avait à l'époque... les crédits votés, c'était de 13 827 000 \$. Ensuite, en 1994-1995, une réduction, et le budget était de 12,9 millions environ, une coupure de moins 6,9 %. Ensuite, 1995-1996, on est passés à 8,8 millions à ce moment-là. Donc, c'est vraiment l'année... je pense que vous vous référez à cette année, les efforts de compression, d'équilibre budgétaire, donc une compression de moins 46,2 %. On se souvient tous, je pense, des coupures, beaucoup en santé évidemment, à l'époque, des coupures à tous les niveaux. Et donc l'office... Évidemment, moi, j'ai pu échanger avec les gens de l'office, l'impact que ces années-là ont eu sur le fonctionnement de l'office, mais qui a quand même réussi à remplir sa mission. M. Borgeat pourra vous expliquer un peu plus... Donc, après cette coupure dramatique en 1995-1996, l'exercice 1996-1997, on remonte à 13 173 000 \$. L'exercice 1997-1998, on replonge à 7,9 millions, donc une coupure ou un écart de moins 11,7 %. 1998-1999, une baisse un peu plus légère évidemment, 7,9 millions, de moins 0,3 %. 1999-2000, une augmentation de 2,2 %, à environ 8 millions, 8 079 000. Et ensuite l'exercice 2000-2001, 7,5 millions, donc une coupure

encore — donc on voit beaucoup de hauts et de bas — de moins 6,8 %. 2001-2002, 8,2, donc une augmentation de 8,8 %. 2002-2003, 8,5 millions, augmentation de 2,9 %. 2003-2004, 7,8, donc là on a une coupure de moins 9,1 %. 2004-2005, 7,5 millions, donc une coupure de moins 4 %. 2005-2006, 7,4, un écart de moins 1,3 %. 2006-2007, 7,6 millions, donc une augmentation de 2,6 %. 2007-2008, une augmentation, une autre augmentation de 2,1 %, 7,7. Ensuite, 2008-2009, on remonte... non, on reste stable à 7,7 millions. Et finalement, donc, une augmentation intéressante cette année, 2009-2010, de 3,8 %, 8 081 800 \$.

Alors, je ne sais pas si peut-être, sur la question des crédits au net, d'expliquer... je demanderais, avec la permission de M. le président, à M. Borgeat d'aller un peu plus en profondeur.

Le Président (M. Drainville): Est-ce qu'il y a consentement pour céder la parole à M. Borgeat? Consentement.

M. Pinard: M. le Président, si vous le permettez, le consentement que je vais vous donner, j'apprécierais qu'il soit pour la durée des crédits, parce qu'à chaque fois on perd du temps à demander le consentement...

Le Président (M. Drainville): Mais je dois quand même le demander...

M. Pinard: ...pour l'intervention du président.

Le Président (M. Drainville): J'assumerai votre consentement, mais je ne peux pas assumer le consentement de la commission, M. le député de Saint-Maurice.

M. Pinard: Oui. D'accord. Vous avez raison.

Le Président (M. Drainville): M. le député de Marquette.

M. Ouimet: Vous pouvez prendre pour acquis que, de ce côté-ci de la Chambre également, nous allons consentir chaque fois que la ministre va vouloir céder la parole à M. Borgeat.

Le Président (M. Drainville): Très bien. Alors, cela est clair. Merci beaucoup. M. Borgeat, donc, président de l'Office de la protection du consommateur.

M. Borgeat (Louis): Merci, M. le Président. Alors, pour compléter les explications sur un aspect peut-être un petit plus technique, et qui n'apparaît pas nécessairement à prime abord lorsqu'on regarde les crédits de l'Office de la protection du consommateur, et qui, détail technique important, qui nous permet, nous, de nous réjouir, parce que finalement le budget réel de l'office reçoit une augmentation de l'ordre de 7,5... Parce qu'il y a le 3,8 qui apparaît directement aux crédits qui doivent être votés, cette somme de... je crois que c'est 283 000 \$, de mémoire, d'augmentation. Attendez, je ne veux juste pas induire... Oui, c'est ça, 283 000 \$. Et d'où vient l'autre morceau, que nous évaluons à 275 000 \$, probablement? Il vient d'un mécanisme qui apparaît à la page 146 du livre des crédits, qui est ce qu'on appelle le mécanisme des crédits au net, qui existe pour certains

ministères et certains organismes qui génèrent des revenus, dont les activités sont propres à générer des revenus pour le gouvernement. Or, c'est le cas de l'Office de la protection du consommateur avec les droits que nous percevons pour les différents permis. 3 000 permis par année génèrent approximativement, depuis quelques années, une somme d'environ 1,1 million de dollars qui, en vertu des règles que l'on connaît, vont au fonds consolidé du revenu.

Et, bon, le mécanisme de crédit au net existe au bénéfice de l'office depuis quelques années, sauf qu'il n'avait jamais été utilisé pour nous donner une marge de manoeuvre, dans le sens que, si nos revenus étaient de 1,1 million, bien on disait: Vous verserez au fonds consolidé 1,1. Alors, cette année, il y a eu des tractations avec les fonctionnaires du Conseil du trésor et du ministère des Finances pour dire: Écoutez, ne pourrait-on pas bénéficier d'une légère diminution de notre plancher — ou plafond, selon le point de vue où on se place? Et, à la suite des conversations qu'il y a eu entre les autorités du ministère de la Justice, de l'office et les autorités du Trésor, on a baissé notre plafond à 800 000 \$, avec comme effet que l'office pourra conserver les sommes d'argent provenant des différents permis, qui se situeront entre 800 000 \$ et 1,1 million, ce qui fait... On estime, avec la situation économique actuelle qui évidemment pourra entraîner un certain nombre de fermetures d'entreprises sujettes à la délivrance de permis, on estime à 275 000 \$ les sommes qui seraient ainsi disponibles pour l'Office de la protection du consommateur.

C'est ce qui, dans notre esprit et dans la réalité, pour nous, à l'office, fait qu'on parle d'à peu près... presque 600 000 \$, avec une augmentation donc d'à peu près 7 % de notre budget, puis ces deux éléments-là étant stables, dans le sens qu'une fois que le plancher est à 800 000 \$... C'est sûr que le Conseil du trésor pourrait toujours décider, l'an prochain... mais ça prend une décision pour le modifier. Il est là pour rester là, tout comme les crédits supplémentaires octroyés comme dépenses de programme, ce sont des crédits qui sont là pour rester. Alors, c'est quelque chose qui s'inscrit, là, dans la base du budget de l'office pour notre plus grand plaisir.

● (9 h 50) ●

Le Président (M. Drainville): Mme la ministre de la Justice souhaite poursuivre...

Mme Weil: Pour compléter...

Le Président (M. Drainville): Oui, pour compléter.

Mme Weil: Pour compléter, parce que je pense que mon collègue va trouver intéressant qu'avec cette disponibilité budgétaire, évidemment, l'office a des plans, a des intentions et prioritairement va mettre l'accent sur l'information, parce qu'on considère évidemment que le consommateur bien informé sera mieux équipé pour faire face à cette pression, qui devient de plus en plus intense, des commerçants de toute nature qui évidemment sont en compétition intense. Donc, l'objectif, et ça cadre avec le plan stratégique 2009-2013, ça va être d'accorder une priorité à l'information collective, et l'office compte mener quatre campagnes d'information durant les prochaines années, deux qui seraient spécifiquement dédiées aux aînés et deux qui vont viser les

immigrants récents. Alors, ces ressources, évidemment, pour nous sont les bienvenues. Et l'office a, au fil des années, recentré ses activités autour justement des services de renseignements individuels. Donc, depuis une quinzaine d'années, l'office ne possédait plus ces ressources pouvant justement mener ces campagnes, alors on est très contents d'avoir cette bouffée d'oxygène.

Le Président (M. Drainville): M. le député de Saint-Maurice.

M. Pinard: Alors, merci, M. le Président.

Le Président (M. Drainville): Il vous reste un petit peu moins de trois minutes à votre bloc.

M. Pinard: Eh, monsieur, que ça va vite!

Le Président (M. Drainville): Si ça vous embête de recommencer avec un autre angle, on peut prendre le trois minutes et l'ajouter à votre prochain bloc, ce qui vous permettrait de poursuivre sur votre lancée.

M. Pinard: Nous allons continuer.

Le Président (M. Drainville): Ça va.

M. Pinard: Une question dans le même sens. Nous allons tout à l'heure regarder la question des amendes que l'office a recueillies. On parle d'un demi-million de dollars. Est-ce que ces sommes d'argent là sont directement versées au fonds consolidé? Et est-ce qu'il y a des négociations qui ont été intentées ou demandées par le président de l'office pour faire en sorte qu'un pourcentage des sommes d'argent soit également retenu au niveau de l'office dans un but très précis, au niveau de promotions ou quelque autre activité, Mme la ministre?

Mme Weil: ...fonds consolidé, mais, avec votre permission, M. le Président, je demanderais à M. Borgeat s'il y a eu des négociations à l'effet d'essayer de capter un peu de ces argents-là. Je comprends bien le sens de la question.

M. Borgeat (Louis): Oui. Alors, effectivement, c'est quelque chose que nous avons à l'oeil, tout comme... Vous avez constaté que les revenus de permis étaient dirigés vers le fonds consolidé. Nous savons que les revenus d'amendes... Cette année, vous avez remarqué qu'ils étaient un peu plus bas que... Bon, peut-être qu'on en discutera, là, mais il y a une foule d'explications. Traditionnellement, c'est plutôt autour de 1 million de dollars, qui aussi vont au fonds consolidé. Et là, oui, nous... On n'a pas commencé nos tractations avec nos amis du Conseil du trésor, mais, dans notre vision des choses, là, pour ajuster la situation financière de l'office, c'est quelque chose que nous avons à l'esprit.

Et il y a quelques précédents, dont, peut-être êtes-vous au courant, l'Autorité des marchés financiers. Il y a des amendes qui sont perçues et dont la moitié sont conservées pour l'AMF en vue de garnir un fonds qui est destiné à l'éducation des consommateurs en matière financière. Alors, je ne sais pas si vous voyez ce qui peut se dessiner dans l'esprit d'un président qui arrive

dans une organisation comme celle-là. Si c'est bon pour l'AMF, peut-être que ce serait bon pour l'OPC. Puis je...

M. Pinard: ...a toujours sa place.

Le Président (M. Drainville): M. le député de Saint-Maurice, vous disiez?

M. Pinard: L'éducation des consommateurs a toujours sa place. Merci.

Le Président (M. Drainville): M. le député de Saint-Maurice, on va s'arrêter là, le bloc est terminé. Et je vais maintenant céder la parole au député de Marquette pour un bloc de 20 minutes.

Mission

M. Ouimet: Alors, merci, M. le Président. À mon tour de saluer l'ensemble des collègues, premièrement la nouvelle ministre de la Justice, avec qui j'ai l'immense plaisir de collaborer comme adjoint parlementaire, mes collègues du côté ministériel, notre collègue, également, le député de Saint-Maurice, que je connais depuis 1994 — ça fait près de 15 ans que je le connais — et puis un parlementaire aguerri, pour lequel j'ai beaucoup d'estime et pour lequel aussi j'ai une certaine amitié parce qu'on a eu l'occasion de se connaître un peu plus intimement dans le cadre de missions parlementaires. Et il a fait un travail exceptionnel comme vice-président de l'Assemblée nationale. C'est un homme d'une droiture remarquable. Et, lorsqu'il a été...

Une voix: ...

M. Ouimet: C'est un notaire, effectivement. Et, lorsqu'il était sur le trône, M. le Président, il ne prenait jamais la part ni de l'un ni de l'autre, mais toujours le respect du règlement, tel que ça doit être. Et j'ai indiqué à la ministre de la Justice que j'étais très content de voir qu'il serait le vis-à-vis de la ministre, parce qu'il prend les choses très au sérieux, mais il fait un excellent travail.

Sauf qu'il nous a rappelé de douloureux souvenirs avec les compressions budgétaires de 1995. La plaie demeure toujours un peu ouverte dans le comté de Marquette. Vous le savez, M. le Président, on a vécu la fermeture de l'ancien Hôpital général de Lachine, et, les secousses que cela a eues sur l'ensemble de la population, ça nous a pris un certain nombre d'années avant de pouvoir s'en relever. Mais, bien, c'était l'atteinte de l'objectif du déficit zéro à l'époque. Mais je préfère me rappeler de nos voyages ensemble et des échanges que nous avons eus en commission parlementaire et ailleurs.

Je voulais parler de l'Office de la protection du consommateur. J'ai eu le plaisir, M. le Président, de siéger sur le conseil d'administration pour une très courte période de temps, qui a duré à peine quatre mois, en 1994. Étant ancien président de la Commission des écoles catholiques de Montréal, on m'avait invité à siéger sur le conseil d'administration de l'Office de la protection du consommateur, et ça a été une expérience très courte mais combien enrichissante. Et j'ai eu l'occasion de rencontrer à l'époque l'ensemble des personnes qui oeuvrent ou qui oeuvraient à l'office, leur professionnalisme, leur

niveau d'expertise très impressionnant et l'ensemble des outils qu'ils développaient pour pouvoir mieux informer les consommateurs.

J'aurais aimé savoir de la part de la ministre quelle est aujourd'hui sa vision de l'Office de la protection du consommateur, quel rôle l'office est appelé à jouer dans le cadre du contexte économique actuel. Et peut-être pourrait-elle nous indiquer s'il y aurait une modification par rapport au rôle que l'office a assumé depuis 1994.

Le Président (M. Drainville): Mme la ministre de la Justice.

● (10 heures) ●

Mme Weil: Merci, M. le Président. Je remercie le député pour cette question. Moi aussi, j'ai comme des souvenirs très importants du rôle de l'office. Un de mes professeurs à la Faculté de droit, c'était Bill Tetley, que vous connaissez sûrement, qui a été ministre responsable justement de la Protection du consommateur et qui était un ardent, passionné défenseur de cette loi. Et je pense que ce qui est intéressant avec la mission de l'Office de protection du consommateur, c'est qu'au-delà des formations politiques cette loi a évolué. Il y avait vraiment un consensus, et c'est comme un continuum dans le temps, hein, depuis 40 ans. Alors, moi, je suis ravie d'être ici actuellement.

Je trouve que la vision exprimée par l'office décrit bien son rôle, c'est: des consommateurs responsables et confiants dans un marché équilibré. Et évidemment toute la mission de l'office, c'est de s'assurer de cet équilibre et que le consommateur, ce n'est pas a priori une personne vulnérable, c'est un contractant, mais, par la situation et par la pression... pourrait se rendre ou pourrait devenir vulnérable. Donc, l'objectif, c'est justement d'établir l'équilibre entre des forces en présence.

Alors, permettez-moi de vous rappeler l'évolution de l'Office de la protection du consommateur. Je signale d'abord que cette fierté s'appuie sur la mission même de l'organisme, qui se veut à la fois sociale et économique et qui vise à maintenir, sinon à rétablir justement l'équilibre des forces entre les consommateurs et les commerçants.

Tout au long de ma carrière professionnelle, j'ai toujours tenté aussi de trouver justement l'équilibre parfait afin d'assurer un monde plus juste et équitable, et je me suis beaucoup impliquée dans des organismes publics et à but non lucratif justement, mais avec une perspective de l'importance aussi de création de la richesse et de s'assurer que les forces du marché puissent être présents et compétitifs, mais de trouver cet équilibre. Le consommateur, laissé à lui-même, a eu à faire face à des pratiques commerciales, ces dernières années, on peut le dire, inéquitables. Je pense aux prêts usuraires, à la falsification de l'odomètre des véhicules, aux fausses représentations ou encore aux clauses abusives dans certains contrats. La nécessité de corriger le déséquilibre grandissant entre les consommateurs et les commerçants s'est donc imposée aux yeux des législateurs de l'époque. Par son intervention, l'État s'est alors affairé à compenser l'iniquité des rapports entre les connaissances et les moyens dont dispose le consommateur vulnérable dans notre contexte de libre marché économique. Alors, je partage cette vision. Au cours des prochaines années, les efforts de l'organisme seront consacrés à la réalisation de cette ambitieuse vision.

Alors, M. le Président, tout comme l'office ne prétend pas se substituer à la vigilance des consommateurs, il ne prétend pas non plus agir seul dans le marché de la consommation. Les activités des nombreux acteurs publics et privés contribuent aussi à établir l'équilibre des forces entre les consommateurs et les commerçants. Alors, nous allons entamer... On a déjà complété la première étape d'une réforme du code et nous allons entamer prochainement une deuxième étape de réforme — je pense qu'on aura l'occasion, suite à des questions qui seront posées, de creuser — et ensuite une troisième étape pour moderniser, actualiser les dispositions de la loi pour que justement on s'ajuste à la réalité du marché qu'on observe actuellement.

Le Président (M. Drainville): M. le député de Marquette.

Modifications législatives envisagées

M. Ouimet: La ministre a fait référence à une réforme. Elle nous met un peu en appétit. Est-ce qu'à ce moment-ci elle pourrait peut-être nous donner quelques détails de cette réforme? Qu'est-ce qu'elle envisage en termes de législation ou en termes de réglementation pour mieux protéger les consommateurs?

Le Président (M. Drainville): Mme la ministre de la Justice. De retour au député de Marquette, excusez-moi.

Lien avec le périodique *Protégez-Vous*

M. Ouimet: Oui. Juste avant que vous cédiez la parole à la ministre. Il y a un outil formidable qui est publié par l'Office de la protection du consommateur pour mieux renseigner les consommateurs, c'est le magazine *Protégez-Vous*. Sûrement que vous avez eu l'occasion de le consulter, tout comme moi. Avant des achats importants, j'ai souvent tendance à aller vérifier ce que l'Office de la protection du consommateur a dit au sujet de tel ou tel produit, et je me demandais quelle est peut-être la vision... et, je ne sais pas, c'est peut-être une question davantage pour M. Borgeat. En termes des contenu des magazines de *Protégez-Vous*, est-ce que l'office a l'intention de poursuivre dans la même lignée? Est-ce qu'on peut s'attendre à ce que le magazine continue de bien informer les consommateurs? Et quelle est un petit peu la vision de l'office par rapport au développement de cet outil d'information pour la population?

Le Président (M. Drainville): Alors, je vais céder la parole à la ministre de la Justice, qui pourra faire un bout si elle le souhaite, ou sinon céder la parole à M. Borgeat, le président de l'office.

Modifications législatives envisagées (suite)

Mme Weil: M. le Président, je pourrais peut-être revoir, si vous le souhaitez, les trois étapes de la réforme, ou bien on pourrait aller directement à votre question plus précise. Peut-être un rappel rapide pour que tout le monde puisse bénéficier un peu de la logique et la cohérence de la réforme en trois étapes.

Donc, la première phase, vous vous souviendrez, il s'agissait d'actualiser la Loi de protection du

consommateur, et on s'est attaqués surtout aux contrats conclus à distance, dont ceux conclus par Internet. Et cette première phase des travaux a également permis d'actualiser la législation de manière à procéder à d'autres ajustements ponctuels plus urgents, dont l'interdiction des clauses d'arbitrage obligatoire.

La deuxième phase, qui s'en vient bientôt, et on est en consultation donc à la suite de l'adoption de cette loi et de la modification du règlement d'application, l'office a entrepris la deuxième phase des travaux de modifications législatives, très attendue. Dans le cadre de ces travaux, une démarche de consultation a été effectuée auprès des universitaires, des associations de consommateurs et d'entreprises qui oeuvrent dans les secteurs régis par les lois sur la protection du consommateur ou qui détiennent une expertise, ainsi qu'auprès des partenaires gouvernementaux de l'office, dont le ministère de la Justice.

Des propositions de modifications à la Loi sur la protection du consommateur résultant de ces consultations nous ont été soumises par l'office. Ces propositions visent à introduire un régime particulier visant à mieux encadrer les contrats de services fournis à distance, dont principalement des services de télécommunications, incluant les services de téléphonie mobile. Et je pense qu'on aura l'occasion d'en parler éventuellement, parce que je sais que mon collègue partage la même préoccupation par rapport aux jeunes, qui sont souvent plus vulnérables. On pourra creuser cette question un peu tard.

D'autres modifications envisagées visent notamment l'obligation pour le commerçant d'annoncer le coût total du bien ou du service offert, l'introduction d'un recours en injonction prévu à l'encontre des pratiques interdites, qui pourrait être exercé par un organisme destiné à protéger le consommateur. Des ajustements pourraient également être apportés à la Loi sur les agents de voyage, de même qu'à la Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture, et à la Loi sur le recouvrement de certaines créances. Les recommandations formulées par l'Office de la protection du consommateur font actuellement l'objet d'un examen en vue du dépôt d'un projet de loi au cours des prochains mois.

La phase 3, aussi très attendue, va se concentrer sur toute la question de l'accès au crédit à la consommation. Alors, avec votre permission, M. le Président, je céderais la parole à M. Borgeat pour répondre plus précisément à la question de mon collègue.

Le Président (M. Drainville): Il vous reste 7 min 30 s, M. Borgeat, donc.

Lien avec le périodique *Protégez-Vous* (suite)

M. Borgeat (Louis): Bien. Très bien. Alors, oui, le magazine *Protégez-Vous* est un bébé de l'Office de la protection du consommateur, qui fait l'objet de beaucoup d'affection et d'attachement de la part de l'office. Mais vous savez que les bébés finissent par grandir, acquérir une certaine maturité, puis ils doivent un jour quitter la résidence familiale. On ne s'en vante pas trop, mais c'est ce qui est arrivé à l'Office de la protection du consommateur en 2000-2001, lorsque, pour un certain nombre de considérations, notamment le fait qu'il était

peut-être de plus en plus difficile, avec l'expansion de *Protégez-Vous*, de voir l'État... un organisme d'État commenter, évaluer des biens et services sur le marché, *Protégez-Vous* a été finalement cédé.

La revue a été... *Protégez-Vous* a été cédé, sauf la marque de commerce *Protégez-Vous*, qui demeure la propriété du gouvernement, de la ministre de la Justice, cédé à un organisme sans but lucratif, qui, depuis maintenant huit ans, est doté d'un conseil d'administration très dynamique, qui est d'ailleurs présidé par Michel Nadeau, là, que l'on voit sur toutes les tribunes lorsqu'il est question de la crise financière que nous traversons, un conseil d'administration très dynamique, une équipe de 25 personnes maintenant qui voient à la publication de ce magazine qui fait face à... bon, à toute la compétition qu'on connaît dans le marché des magazines mensuels, avec, je crois, 140 000 abonnements, des ventes au kiosque très importantes.

● (10 h 10) ●

Bref, le succès... cette histoire de succès se continue avec un organisme extrêmement dynamique, qui a toute la marge de manoeuvre pour se développer mais qui constitue, bien sûr... je voudrais rassurer les membres de la commission, très proche de l'Office de la protection du consommateur, ça fait partie de nos quelques partenaires stratégiques au sein des... On appelle ça les organismes destinés à protéger le consommateur. Il y a beaucoup, dans ce groupe-là, les associations de consommateurs, comme les ACEF et autres, mais il y a... Ils occupent une place très privilégiée. *Protégez-Vous*, pour le volet information, éducation, qui est une force totalement exceptionnelle qu'on a au Québec, qui... sans laquelle je me demande comment on pourrait avoir ces instruments comparatifs entre différents biens et services.

Et je vous informe que c'est une entreprise qui ne cesse de faire évoluer ses produits. Il y a le magazine, il y a un site Web qui est extrêmement dynamique. Et on sait que le magazine *Protégez-Vous* songe à une phase supplémentaire de développement avec un site pouvant permettre que des consommateurs versent des expériences personnelles avec certaines entreprises. Bref, soumis à une concurrence constante, cette institution-là, ce magazine-là est en voie de s'adapter constamment à son environnement.

Le Président (M. Drainville): Est-ce que M. le député de Marquette souhaite renchéir? Oui, allez-y.

M. Ouimet: Juste une dernière question: Est-ce que l'office maintient une certaine relation avec cet organisme sans but lucratif qui a comme mandat de produire le magazine *Protégez-Vous*? Est-ce qu'il y a un représentant sur le conseil d'administration? Est-ce qu'il y a des interrelations? Parce que c'est bien sûr la société gouvernementale, l'Office de la protection du consommateur, qui a comme mandat, comme mission principale de protéger les consommateurs, et le magazine fait la même chose. Alors, est-ce que... si on pourrait élaborer un petit peu sur le niveau d'interrelation entre les deux.

Le Président (M. Drainville): M. Borgeat.

M. Borgeat (Louis): Oui. Alors, il y a des relations... Évidemment, c'est un organisme distinct,

alors, sur le plan juridique, doté de son autonomie puis d'un conseil d'administration qui est assez... pas jaloux, mais soucieux des destinées du magazine. Cependant, les liens sont très étroits. Ils le sont d'abord parce que le président de l'office traditionnellement est présent au sein du conseil d'administration.

Alors, actuellement, on vit une situation un peu particulière à cet égard, parce que c'est l'ancien président, que j'ai remplacé, Yvan Turcotte, qui est comme vissé dans son siège et très heureux d'être présent sur le conseil d'administration. Il a été à l'office pendant près de trois ans, et disons que je pense qu'il a l'intention de compléter encore un certain temps ce rôle de représentation de l'État, en quelque sorte, parce que M. Turcotte maintenant est sous-ministre adjoint au ministère de l'Immigration. Mais lui-même est tout près de l'office.

Donc, une présence au conseil d'administration, des relations informelles extrêmement importantes, un appui de l'office aux plus grands projets, lorsque les besoins se font sentir. Par exemple, il y a à peine un mois, le magazine *Protégez-Vous* organisait avec Option Consommateurs, une autre association très dynamique, un colloque sur le crédit et l'endettement, qui est un peu un souhait de l'Office de la protection du consommateur dans l'optique de préparer la phase 3 de la révision législative, et l'office était le partenaire le plus important de ce colloque en termes financiers, en termes institutionnels, sur le contenu, le comité scientifique, etc. Donc, en réalité, je ne sais pas comment on peut inscrire ça au *Journal des débats*, mais c'est une relation qui est très proche, entre notre organisation et le magazine.

Le Président (M. Drainville): Tissé serré, hein, ça vous va?

M. Ouimet: Très bien.

Le Président (M. Drainville): M. le député de Marquette, est-ce qu'il y a un de vos collègues qui va prendre la relève?

M. Ouimet: Il reste combien de temps?

Le Président (M. Drainville): Parce qu'il reste moins de deux minutes, 1 min 30 s. Oui, vous avez raison, on va l'ajouter au prochain bloc de la partie ministérielle.

M. Ouimet: Voilà. Merci.

Le Président (M. Drainville): Merci, M. le député de Marquette. Je cède donc la parole au député de Saint-Maurice pour un bloc de 20 minutes.

Contrat accordé à M. Denis Ferland

M. Pinard: Merci, M. le Président. Je voudrais, Mme la ministre et M. Borgeat, travailler avec le document que vous nous avez fourni, Renseignements généraux et particuliers. D'accord? J'ai quelques questions à vous poser et puis j'apprécierai qu'on aille le plus rapidement possible.

Alors, tout d'abord, page 4, au niveau des fournitures, M. Denis Ferland agit à titre d'expert-conseil dans le cadre de l'élaboration d'un recours collectif au

niveau de l'association des consommateurs. L'expertise: 10 000 \$, honoraires.

Ma question est la suivante: Est-ce que M. Ferland est un aviseur légal? Est-ce qu'il est un avocat de bureau privé ou si c'est... Dans quelle sphère d'activité travaillait-il? Et également je voudrais connaître: Le recours, le recours collectif, quel était-il?

Mme Weil: M. le Président, je demanderais à M. Borgeat de répondre à la question.

M. Borgeat (Louis): Très bien. Alors, M. Ferland est un professeur toujours actif à la Faculté de droit de l'Université Laval, spécialiste en procédure civile très bien connu, mais je pense qu'il est aussi associé à un bureau d'avocats. Ça, je ne saurais pas dire. Nous avons un contrat directement avec lui pour son expertise en procédure.

Le recours proprement dit fait partie de la phase 2, qui est actuellement à l'étude et qui pourrait aboutir prochainement. Il consiste à doter les associations de consommateurs d'un recours dit d'intérêt public, qui est différent du recours collectif, qui est un recours permettant à une association de s'adresser aux tribunaux, comme peut le faire potentiellement le président de l'Office de la protection du consommateur.

Alors, c'est un pouvoir qui existe dans la loi pour demander à une entreprise dont les activités, les pratiques de commerce ou les activités contractuelles... La loi devrait éventuellement, dans la révision législative, on pense, élargir un peu le pouvoir du président pour aller sur les deux volets: pratique contractuelle, pratique de commerce, pour demander à une entreprise le respect de dispositions prévues dans la Loi de la protection du consommateur.

Alors, actuellement, ce recours-là existe au bénéfice du président de l'office, n'a jamais vraiment été utilisé par le passé, parce que l'office n'est pas nécessairement dans une situation pour connaître l'ensemble des contrats un peu partout sur le territoire, dans chacun des secteurs, et le but est de permettre aux associations de consommateurs d'exercer devant les tribunaux ce recours très novateur.

M. Pinard: M. le Président...

Le Président (M. Drainville): Oui, M. le député de Saint-Maurice.

M. Pinard: ...serait-il... Probablement que le Pr Ferland vous a remis, j'imagine, un texte écrit. Est-ce que ce texte serait disponible pour ma culture personnelle?

Le Président (M. Drainville): M. Borgeat, oui.

Mme Weil: C'est une opinion...

M. Borgeat (Louis): C'est plus...

M. Pinard: Parce que c'est une opinion juridique.

M. Borgeat (Louis): On l'a consulté sur nos réflexions, nos étapes de réflexion. Alors, on rédigeait

puis on lui disait: Bien, que pensez-vous de ceci? Que pensez-vous de cela? De sorte qu'on n'a pas d'opinion formelle du Pr Ferland.

Contrat concernant le crédit à la consommation

M. Pinard: Page 5, M. le Président. M. Jacques St-Amant, fournisseur. L'objet: identifier et examiner les problématiques en matière de crédit à la consommation et procéder à l'identification des mesures mises en oeuvre dans d'autres États à travers le monde afin de résoudre des problématiques. Il y a eu un rapport, et le coût est de 23 966,25 \$.

Je dois vous dire que, depuis ma réélection, j'ai actuellement énormément de documentation sur ce sujet et j'apprécierais beaucoup être en mesure de prendre connaissance du rapport, parce qu'il y a eu un dépôt de rapport. Est-ce que ce dépôt de rapport là est public et est-ce que je peux en prendre connaissance? Et ça me permettrait également de vérifier l'état des propos, là, de M. St-Amant par rapport à d'autres souverainetés à travers le monde, que ce soit la Turquie, que ce soit l'Allemagne, que ce soit la Suisse, la France et autres pays.

Le Président (M. Drainville): Mme la ministre, ou...

Mme Weil: Oui. Dans un premier temps, moi, je n'ai pas encore vu ce rapport, parce que ça fait partie de la phase 3, et, moi, personnellement, je suis plus concentrée évidemment sur la phase 2. J'ai participé au colloque par ailleurs, j'ai été sensibilisée. Et je sais qu'il y avait eu des travaux, alors je céderais la parole à M. Borgeat pour répondre à la question.

M. Borgeat (Louis): O.K. Oui, on a reçu un premier rapport de Jacques St-Amant, qui porte... je ne sais pas si c'est sur le premier ou le deuxième volet. Est-ce que c'est... l'historique? Premier volet sur le... le premier volet qui est: Les problématiques en matière de consommation. Alors, c'est: oui, on l'a reçu, et on devrait recevoir d'ici quelques semaines la deuxième partie du rapport.

La question de savoir, maintenant, M. le Président, si ce rapport est disponible. Moi, je pense que c'est à... Il y a l'application... En vertu de la Loi d'accès, je pense qu'il ne l'est pas parce qu'il fait partie des avis et recommandations obtenus dans le cadre d'un processus législatif. Alors, je pense qu'il est à la discrétion du gouvernement de le conserver. Cependant, si... c'est quelque chose qu'on pourrait discuter.

Mme Weil: Je vais regarder le rapport, je vais voir dans quel contexte et je vous reviens.

Le Président (M. Drainville): M. Borgeat, je crois qu'une des personnes qui vous accompagnent voulait vous remettre peut-être un complément de réponse. Ça va? C'est excellent. Bon, très bien. M. le député de Saint-Maurice.

● (10 h 20) ●

M. Pinard: Oui, je continue. Est-ce qu'à ce moment-là, lorsqu'il... Vous dites que c'est un premier rapport. Donc, son second rapport, ce sera sur l'identification de ce qui a été fait dans d'autres pays. Est-ce

que l'entente financière est du même ordre? Ou si l'entente qui est là, de 23 000 \$... 24 000 \$, là, arrondissons les chiffres, est-ce que cette entente-là, c'est pour les deux rapports ou si c'est: chaque rapport va coûter 24 000 \$?

M. Borgeat (Louis): Non, c'est pour les deux.

M. Pinard: Merci.

M. Borgeat (Louis): C'est un contrat qui comporte les deux volets, et on a un premier rapport pour un premier morceau, et le deuxième est à venir d'ici la Saint-Jean-Baptiste, on pense.

M. Pinard: Pouvez-vous m'identifier... M. Jacques St-Amant, est-ce qu'il est professeur titulaire d'une chaire de droit ou...

M. Borgeat (Louis): ...St-Amant, c'est un juriste qui oeuvre dans le domaine de la consommation depuis une vingtaine d'années, qui a été chez Option Consommateurs. C'est un expert du droit bancaire, du droit financier. Il est chargé de cours à l'Université de Montréal, je crois... à l'UQAM. Il est doctorant, il fait sa thèse de doctorat. Malheureusement, ça ralentit un petit peu ses travaux avec nous. Et c'est un chercheur remarquable.

Le Président (M. Drainville): M. le député de Saint-Maurice.

Évolution de l'effectif

M. Pinard: Merci beaucoup, M. le Président. Ce sera difficile de ne pas parler des effectifs. Pages 41, 42, 43, on nous détaille... on nous mentionne que les effectifs ont été de 113 personnes qui ont travaillé à l'office en 2007, 111 en 2008 et 107 en 2009, au 31 mars 2009.

Ma question: Lors des coupures drastiques en 1996-1997, quels étaient les effectifs, à ce moment-là, de l'office? Première question. Et, avec les augmentations de budget, lorsqu'on votera les crédits, est-ce qu'à ce moment-là il y aura des effectifs supplémentaires qui sont prévus au niveau de l'office? Et, si oui, dans quelles sphères d'activité? Est-ce que ce sera des enquêteurs? Est-ce que ce sera des procureurs, des médiateurs? Je vous écoute. Mme la ministre ou M. le président.

Le Président (M. Drainville): Alors, Mme la ministre de la Justice.

Mme Weil: ...en 1996, il y a eu coupure de 85 postes... en 1995-1996, oui, de 85 postes; l'année d'avant, c'était une coupure de... en 1995, c'était de 14 postes; 1994, de neuf; 1993, de 10. Et vous demandez en particulier dans quels créneaux. Les APC qui sont... Les professionnels aussi, de 23.

(Consultation)

Mme Weil: Alors, oui, donc j'ai le détail entre 1992 et 2002, où on voit là... je vois la réduction: donc,

personnel hors cadre, on est allés de trois à un; personnel-cadre, de neuf à cinq durant cette période; personnel-cadre intermédiaire, de 13 à six, donc de moitié; personnel professionnel, une grande coupure de 74 à 36; personnel technique, une augmentation de neuf à 18; personnel APC, qui représente... bon, les agents de protection du consommateur, les fameux agents, évidemment, de 73 à 37; et personnel de bureau, de 61 à 14, pour un total de 242 en 1992 à 117 en 2002.

M. Pinard: Je n'ai pas compris le... 200?

Le Président (M. Drainville): Pouvez-vous répéter le dernier chiffre, madame... le soldé, Mme la ministre de la Justice?

Une voix: 242.

M. Pinard: 242 à 117.

Mme Weil: À 117 en 2002.

Le Président (M. Drainville): ...on n'a pas capté votre voix sur le dernier chiffre.

Mme Weil: Ah! O.K. Donc, de 242 en 1992 à 117 en 2002.

Le Président (M. Drainville): M. le député de Saint-Maurice.

M. Pinard: Oui. Et, au niveau de l'augmentation budgétaire cette année, avec l'octroi au niveau des crédits mais également, aussi, au niveau de l'entente bien négociée avec le Conseil du trésor — je tiens à vous en féliciter — est-ce qu'il y a actuellement une prévision en termes d'augmentation d'effectifs? Et, si oui, est-ce que, ces effectifs, nous allons les retrouver au niveau du personnel d'enquête ou comme médiateurs, comme procureurs? À quel endroit exactement, si effectivement il y a une hausse de prévue pour 2009?

Mme Weil: Je vais vous répondre, M. le Président.

Le Président (M. Drainville): Oui, allez-y.

Mme Weil: Dans un premier temps, en vertu des règles du Conseil du trésor, on ne peut pas engager plus d'effectifs, donc les ressources vont être plus orientées vers les campagnes d'information, dont je veux vous parler d'entrée de jeu, les quatre campagnes d'information. La vision, évidemment, c'est de mieux équiper le consommateur pour être en mesure de réduire l'impact et d'équilibrer les relations entre les commerçants et les consommateurs, donc les deux campagnes dont je veux vous parler ciblées aux aînés et les populations immigrantes récentes. Je demanderai à M. Borgeat de compléter ma réponse.

M. Borgeat (Louis): Oui. Alors, effectivement, 7,5 % d'augmentation potentielle du budget pourrait alimenter les appétits pour des effectifs, mais ça ne comprend pas l'attribution d'effectifs supplémentaires

pour l'office, de sorte que, comme disait Mme la ministre, effectivement les sommes reçues serviront à des campagnes d'information.

Cependant, pour répondre à votre question, on a, bien sûr, les yeux sur... Nous, à l'office, on travaille notre dossier dans différentes instances pour renforcer nos effectifs, et je le dis parce que vous soulevez la question des enquêteurs, et j'ai eu l'occasion de le dire même sur la place publique, là, parce qu'on a été quelques fois, à l'office, confrontés à des médias qui posaient la question sur la diminution du nombre d'enquêteurs, que, s'il y avait... le jour où il y aura des effectifs supplémentaires à l'office, les premiers postes que nous doterons seront des postes d'enquêteur axés sur la surveillance de l'application des lois sous notre responsabilité. Ça, c'est clair, net et c'est dans notre discours.

Le Président (M. Drainville): M. le député de Saint-Maurice.

Nombre d'enquêteurs et travail de surveillance

M. Pinard: M. le Président, lorsque les effectifs étaient de 242 personnes à l'office, combien y avait-il d'enquêteurs? Et, aujourd'hui, combien y a-t-il d'enquêteurs?

Le Président (M. Drainville): M. Borgeat.

M. Borgeat (Louis): Oui. Alors, à l'époque des 200... Si on se reporte au tout début de la période des compressions, c'était en 1992, là, avec... Dans les 242, je n'ai pas le chiffre formellement sous les yeux, mais je vous dirais que c'était de l'ordre de 25, 26 enquêteurs. Il y avait 25, 26 enquêteurs à l'office, sur les 242, ce qui représentait à peu près, bon, 10 % des effectifs. Et, aujourd'hui, nous avons sept ETC consacrés aux postes d'enquêteur, à savoir le directeur de service et une équipe de six enquêteurs.

● (10 h 30) ●

M. Pinard: Alors, on a coupé les trois quarts des enquêteurs, M. le Président. C'est parce que je lisais, hier soir... dans ma préparation, je lisais le verbatim de l'émission à Radio-Canada, *La facture*, et des personnes qui ont bâti un peu l'Office de la protection du consommateur — appelons ça comme ça, des bâtisseurs — sont intervenues à l'intérieur de l'émission — un directeur des services juridiques notamment et des responsables de l'administration — pour mentionner qu'effectivement — puis ces gens-là le disaient avec tellement de passion — tout le travail qui avait été effectué pour faire de l'Office de la protection du consommateur une institution tellement crédible, tellement crédible au Québec... était en train de se détruire, cette crédibilité-là, parce qu'effectivement la partie adverse, qui est de 54 000 commerçants, ce sont leurs chiffres, 54 000 commerçants au Québec, a en face d'elle une offensive, aujourd'hui, qui est de sept enquêteurs pour l'application de la loi. Alors, je suis quelque peu inquiet, moi aussi, parce qu'on parle de... Tout à l'heure, on va parler de campagne de publicité. Oui, j'en suis, de la campagne de publicité, mais, à ce stade-ci, est-ce qu'on ne doit pas plutôt essayer de redonner à l'Office de la protection du consommateur tout le pouvoir, tout ce pouvoir d'enquête qu'elle détenait antérieurement et que la situation économique du Québec

malheureusement a affaibli? Mais, aujourd'hui, lorsqu'on remet de l'argent à l'intérieur, lorsque le Conseil du trésor permet d'avoir des sommes additionnelles, est-ce que, M. le président, Mme la ministre, vous n'avez pas identifié ce critère-là, qui m'apparaît excessivement important, d'avoir un office de protection qui a des dents, qui peut mordre, qui peut vraiment être l'organisme que l'ensemble de la population s'attend d'avoir comme défenseur des droits des consommateurs?

Le Président (M. Drainville): Alors, il nous reste à peu près deux minutes pour la réponse, s'il vous plaît. Sinon, on pourra... Vous pourrez prolonger, mais ce sera sur le bloc... le 20 minutes de la partie gouvernementale, s'il y a consentement, bien entendu. Alors, je vous cède la parole, Mme la ministre de la Justice.

Mme Weil: Oui. Merci, M. le Président. Dans un premier temps, je pense qu'il faut faire un rappel que ces coupures ont été faites avant l'arrivée de ce gouvernement. Donc, c'était durant cette période. Et on a réussi à stabiliser — globalement ma réponse, ensuite j'irai dans les détails — stabiliser la mission de l'office. Et, moi, j'ai toute l'assurance, par plusieurs rencontres que j'ai eues justement avec l'Office de protection, qu'ils... bien qu'eux... Évidemment, c'est un défi, hein, quotidien, mais l'office me rassure, dans le sens qu'ils ont beaucoup d'outils à leur disposition pour rencontrer leur mission.

Je voudrais aussi souligner que l'office a réussi à négocier avec le Conseil du trésor, vous savez, la règle de remplacement; lorsque les personnes sont retraitées, la règle qui veut que ce soit dans certains cas... c'est quatre sur 10 ou bien cinq sur 10. Dans le cas de l'office, ils ont réussi à négocier la possibilité de combler six sur 10. Donc, c'est vraiment une deuxième victoire de l'office avec le Conseil du trésor. Donc, je pense que c'est important de le souligner.

Alors, pour répondre à votre question sur comment il fait pour remplir son mandat de surveillance et s'assurer justement de remplir sa mission, il s'exerce évidemment a priori dans certains domaines de consommation, tels le voyage, les studios de santé, le commerce itinérant, pour ne nommer que ceux-là, par l'émission de permis, sous la responsabilité de l'office. Ainsi, un commerçant, dans ces domaines, peut faire des affaires au Québec sans se conformer à certaines dispositions de protection du consommateur. Je dirais que c'est vraiment une mesure de prévention, dans un premier temps, pour essayer de faire en sorte qu'il y ait moins d'impact. Les commerçants assujettis à de telles obligations sont soucieux que leurs concurrents respectent les mêmes exigences. Ainsi, l'office reçoit régulièrement des plaintes de commerçants qui souhaitent faire des affaires dans un marché sain et concurrentiel et qui n'hésitent pas à dénoncer un autre commerçant qui ne respecterait pas les dispositions de la loi.

À cela, il ne faut pas négliger l'impact des quelque 200 000 demandes de renseignements et plaintes qui lui fournissent, qui fournissent à l'office évidemment de précieux indices des grands enjeux, des grandes problématiques, pour permettre à l'office de se concentrer sur ces créneaux-là, ces domaines-là où il voit justement qu'il y a un problème. Je pense à la

téléphonie cellulaire, par exemple. Plus précisément, dans le processus du traitement des plaintes, il y a la conciliation. En 2008-2009, il y a eu 1 528 conciliations. Donc, comme en justice civile et en droit de la famille, la conciliation, la médiation, évidemment c'est un outil important pour faire en sorte de réduire... de donner satisfaction aux deux parties. Donc, la conciliation entreprise par les agents de protection du consommateur constitue donc un moyen privilégié de rappeler aux commerçants leurs obligations à l'égard de la loi.

Il faut considérer également le travail effectué par les avocats de l'office qui, dans le cadre des activités de surveillance, rédigent et concluent, avec des commerçants qui peuvent être en infraction des dispositions législatives, des engagements volontaires. Ce mécanisme prévu dans la Loi sur la protection du consommateur permet au président de l'office, lorsqu'il croit qu'une personne a enfreint ou enfreint une loi ou un règlement dont l'office doit surveiller l'application, d'accepter de cette personne un engagement volontaire de respecter cette loi ou ce règlement. Le gouvernement peut étendre par décret l'application d'un engagement volontaire à tous les commerçants d'un même secteur d'activité. Vous comprendrez qu'il s'agit là d'un mécanisme extraordinaire de surveillance de l'application des lois.

Cependant, et je pense que c'est important de le souligner, il faut être réaliste, il est certain que l'office ne peut être derrière chaque commerçant, il y en a plus de 65 000 au Québec, et, comme vous pouvez l'imaginer, dans ce domaine comme dans d'autres, c'est un peu la règle du 20-80 qui s'applique, c'est-à-dire que c'est souvent un petit pourcentage de commerçants qui soulèvent un pourcentage élevé de problèmes.

Alors, pour revenir au nombre d'enquêteurs à l'office, sept, ce n'est pas considérable, et l'office, au premier chef, est conscient de cette situation. C'est pourquoi il compte augmenter au cours des prochaines années surtout sa capacité de surveillance, et cela, de deux façons : d'une part, par le redéploiement de ses ressources — il compte augmenter le nombre d'enquêteurs actuellement en poste — et, d'autre part, une partie des fonctions des agents de protection du consommateur, ceux et celles qui répondent aux demandes de renseignements et plaintes, consistera à réaliser des activités de surveillance, des inspections auprès des commerçants.

Plus précisément, pour s'assurer de la réussite de la mise en oeuvre de cette plus grande implication des agents de protection du consommateur en termes de surveillance, les agents des bureaux régionaux des régions de l'Outaouais, Laurentides-Lanaudière, de l'Abitibi ont réalisé, l'automne dernier, un projet pilote, et les résultats préliminaires, M. le Président, que l'opération a permis de récolter sont prometteurs. Les agents ont réalisé des activités de surveillance dans les domaines de l'automobile d'occasion et de l'indication des prix dans les commerces de détail. Près de 100 commerces répartis dans les trois régions où se déroulait le projet pilote ont ainsi fait l'objet d'inspections sommaires à l'égard du respect des diverses dispositions de la Loi sur la protection du consommateur.

À la suite du projet pilote, le taux de non-conformité observé par ces régions pour le secteur de

l'automobile d'occasion est passé de 40 % à 9 %. L'intervention effectuée dans les commerces vérifiés concernant certaines dispositions de l'indication des prix et de la politique d'exactitude des prix a aussi donné de très bons résultats. Elle a eu pour effet de faire diminuer le taux de non-conformité de 50 % à 8 %. Ces inspections ainsi que les suivis effectués auprès des commerçants où des manquements avaient été observés ont permis à l'office de mesurer le taux d'observance des lois et d'amener les commerçants fautifs à corriger leurs pratiques. Je voudrais souligner que ces genres d'innovations permettent à l'office d'améliorer sensiblement sa capacité de surveillance et contribueront à apporter une valeur ajoutée à la présence de l'office dans 11 régions du Québec.

Alors, M. le Président, M. Borgeat, avec votre permission, a peut-être des éléments à rajouter.

Le Président (M. Drainville): Juste un instant, Mme la ministre, juste pour qu'on s'entende bien sur les règles. Alors, là, on est dans le bloc ministériel. Il y a à peu près cinq minutes, là, déjà de complétées. Je vais bien sûr céder la parole à M. Borgeat. Et j'en profite pour vous demander, demander à la partie ministérielle lequel des députés enchaînera tout à l'heure. M. le député de Marquette?

M. Ouimet: Sur votre précision, M. le Président. Normalement, lorsque la ministre répond à une question du député de l'opposition, le temps devrait être pris sur le temps du député de l'opposition, mais je comprends et je pense que nous allons consentir que ce soit pris sur notre temps à nous, puisque le député aurait sûrement refusé qu'une longue réponse soit prise sur son temps à lui.

Le Président (M. Drainville): C'est exactement la conclusion que j'en ai tirée.

M. Ouimet: Très bien.

Le Président (M. Drainville): Alors, M. Borgeat, je vous cède la parole.

● (10 h 40) ●

M. Borgeat (Louis): Oui, merci. Peut-être la perspective du président... Vous vous doutez bien que le président, une de ses responsabilités, c'est d'accepter une organisation telle qu'elle est. Et, moi, je suis arrivé à l'office il n'y a pas tellement longtemps, un an et demi, et ce que j'ai pu observer, c'est d'abord une très grande motivation du personnel envers l'organisation et, deuxièmement, une très grande créativité du personnel pour faire face à cette réalité de certaines compressions budgétaires qui existent maintenant depuis 15 ans.

Et, au fil des années, il y a eu, bon, toutes sortes d'évolutions pour tenir compte de la préoccupation qui est évoquée ici par le député de Saint-Maurice à l'effet que... quelle est la capacité d'intervention en matière de surveillance? Et je vous dirais que... et ça fait constamment l'objet de réflexion... Et, dans notre prochain plan stratégique, là, qui sera bientôt rendu public et qu'on discute avec les autorités du ministère, il y a précisément une évolution là-dessus, sur ce qu'on appelle notre vision de la surveillance. Je pense que l'office a

beaucoup assimilé, au cours des années passées, la surveillance au rôle des enquêteurs, qui sont des personnes très spécialisées, très formées vis-à-vis la capacité d'intervenir auprès des commerçants en vue de prendre des poursuites en matière pénale.

Mais la poursuite en matière pénale, ce n'est que, si vous voulez, le fer de lance de l'intervention de l'office. Si vous regardez le nombre d'enquêtes que l'on tient chaque année, le nombre d'interventions qui se terminent par des poursuites pénales est relativement limité parce qu'il y a une panoplie d'autres moyens, il y a une panoplie d'autres interventions. Et ce qu'on souhaite faire, c'est bien sûr souhaiter augmenter notre nombre d'enquêteurs, mais distinguer les activités de surveillance en trois niveaux.

Un premier niveau qui serait la simple vérification de ce qui se passe dans le marché. C'est un univers qui est foisonnant d'activités, de contrats, et le personnel capable de saisir ce qui se passe dans le marché, comme le font nos agents de protection du consommateur au téléphone lorsqu'il y a des plaintes, eh bien, il y a... beaucoup de personnes sont en mesure de nous identifier ce qui se passe dans le marché. On n'a qu'à lire les journaux en matière de publicité, à droite et à gauche, examiner les contrats de certaines entreprises pour faire, je dirais, à la maison, à l'office même, un nombre de vérifications très important. Et, dans ce sens-là, on voudrait qu'une partie de notre personnel, puis c'est prévu que ce sera désormais une partie des tâches des agents de protection du consommateur, vous savez, les 39 personnes qui sont beaucoup au téléphone pour répondre aux renseignements et plaintes, une partie de leurs activités sera consacrée à des activités de vérification de base.

Au deuxième niveau se situe l'inspection, qui est l'intervention directe auprès du commerçant pour aller valider des informations, peut-être constater une infraction et obtenir de sa part soit une rectification, un changement d'attitude, qui est obtenu dans beaucoup de résultats. Le projet pilote dont parlait Mme Weil est exactement dans ce sens-là. Il y a un certain nombre d'agents de protection du consommateur qui sont allés chez les entreprises, qui ont constaté sur place certains manquements et ont par la suite pris contact avec ces personnes-là pour dire: Écoutez, il y a des choses, des éléments de vos activités qui ne fonctionnent pas. Et je peux vous dire qu'il y a très peu de ces cas-là, et, je pense, aucun ne s'est terminé par des poursuites pénales. Il y a eu des rectifications, des ententes de prises en vue de permettre l'application meilleure de la loi, de sorte qu'avec cette vision à trois niveaux: vérification très large du marché, inspection pour des cas ad hoc et enquêtes lorsque, bon, il y a récidive, un commerçant qui ne veut absolument pas s'amender, des infractions plus condamnables, entre guillemets, il y aura effectivement là des enquêtes judiciaires et des poursuites pénales. Mais ce qu'on veut dire, c'est qu'il y a une diversification de notre vision et de notre conception de la surveillance qui va nous permettre d'impliquer davantage de personnes de l'office.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Oui. Donc, j'ai cru comprendre, corrigez-moi s'il le faut, c'est donc le député de Marquette qui avait demandé la

parole. Non. Donc, la députée de Hull. Non. La députée de Gatineau. Donc, à vous la parole, Mme la députée de Gatineau.

Publicité destinée aux enfants

Mme Vallée: Merci, M. le Président. Alors, il me fait plaisir d'être parmi vous cet avant-midi. Je tiens à souligner... ou à saluer particulièrement les gens de l'office qui sont présents et qui accompagnent la ministre dans cet exercice privilégié et particulier.

Je ne vous cacherai pas mon intérêt particulier pour ce groupe de la société qui est si vulnérable que sont nos jeunes. Cet intérêt évidemment va de pair avec mes fonctions parlementaires mais surtout, surtout en raison de ma qualité de mère. Parce que plusieurs d'entre nous ici présents aujourd'hui, avant d'être parlementaires, nous sommes des parents, et l'intérêt de nos enfants, la qualité de vie de nos enfants nous préoccupe grandement. Et évidemment nos jeunes sont vulnérables. Les plus jeunes sont de véritables petites éponges qui absorbent tout et qui sont, malheureusement pour certains, trop souvent collés devant la télévision. Et je connais la problématique et j'ai personnellement un petit bonhomme de 11 ans et demi qui est beaucoup plus intéressé par ce qui se passe à la télévision que par ce qui se passe à l'extérieur. Alors, c'est un défi de tous les jours, c'est un défi de la vie d'aujourd'hui auquel on fait face, mais c'est un défi, oui, parce qu'on souhaite que nos enfants bougent, mais c'est aussi un défi en raison de la qualité de ce qui se passe sur les ondes de la télévision.

Et évidemment ces jeunes-là sont influençables. Nos jeunes sont influençables. Les jeunes préados, je dirais, sont encore plus influençables. Ils se cherchent, ils cherchent à se définir, ils cherchent à se rendre intéressants. Donc, évidemment, ils regardent beaucoup ce qui se passe. Et la publicité les cible vraiment de façon particulière. Les gens qui travaillent dans les grandes boîtes de communication sont de fins renards et savent comment attirer l'attention de nos jeunes, qui par la suite tireront les ficelles de papa et maman. Et évidemment je suis très consciente que la Loi sur la protection du consommateur interdit la publicité aux jeunes de moins de 13 ans. Alors ça, c'est clair.

Mais, en dehors de ça, j'aimerais savoir de quelle façon l'Office de la protection du consommateur intervient, parce qu'au cours de la dernière année il y a eu des groupes qui ont manifesté, qui ont pris le micro et qui ont pris la place publique pour dénoncer certaines pratiques de certains manufacturiers, de certaines entreprises qui oeuvrent non seulement dans le domaine des jouets, mais aussi, et de plus en plus, dans le domaine de l'alimentation. Alors, il y a toute cette influence qui est exercée chez nos jeunes pour la consommation de biens, la consommation de jouets, mais aussi vers la consommation de nourriture, la consommation de différents repas.

Alors, j'aimerais... M. le Président, je demande à la ministre de m'éclairer et d'éclairer les gens qui nous écoutent aujourd'hui sur les actions et les interventions de l'office. Je sais, je crois comprendre que l'office est présent et tente de bien encadrer l'application de la loi et s'assurer que nos jeunes sont protégés.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Oui, Mme la ministre.

Mme Weil: Oui, M. le Président. Je remercie la députée pour cette question. D'ailleurs, le Québec peut se dire un leader dans ce domaine, carrément, dans la publicité... de protéger les enfants contre la publicité qui est destinée aux enfants. Je rappelle dans un premier temps l'article 248 de la Loi sur la protection du consommateur, qui dit: «Sous réserve de ce qui est prévu par règlement, nul ne peut faire de la publicité à but commercial destinée à des personnes de moins de treize ans.» Et je souhaiterais aussi, M. le Président, disposer une publicité qui a été distribuée dans toutes les écoles, les CPE, une publicité qui est destinée à sensibiliser les parents, les éducateurs à cette publicité. Merci.

Donc, un rappel du contexte législatif, comme je disais, qui prohibe la publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans. La loi prévoit les critères appliqués pour déterminer si un message publicitaire est destiné à des enfants, et le Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur exempte certains messages publicitaires de l'application de l'article 248.

● (10 h 50) ●

Alors, j'aimerais, M. le Président, avec votre permission, vous expliquer le contexte factuel et interventions actuellement en cours. Donc, la législation relative à l'interdiction de faire de la publicité destinée aux enfants est une référence, comme je le disais tantôt, à l'échelle internationale. Et je voudrais souligner en particulier la problématique de l'épidémie d'obésité chez les enfants, qui a ramené dans l'actualité des préoccupations relatives à la protection des enfants à l'égard de la publicité. En 2006, le gouvernement a adopté le Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids. L'office participe à ce plan d'action et s'est engagé à assurer une plus grande surveillance en matière de publicité destinée aux enfants. Les médias et la population sont aussi plus vigilants sur cette question.

L'office a d'ailleurs déposé au cours des deux dernières années des constats d'infraction contre cinq entreprises, leur reprochant d'avoir commis des infractions à la loi en faisant de la publicité à but commercial destinée à des enfants. Deux entreprises visées par des poursuites pénales, Saputo Groupe Boulangerie inc. et General Mills, ont plaidé coupables d'avoir fait de la publicité destinée aux enfants: l'entreprise Saputo pour avoir diffusé dans des CPE des messages publicitaires de nature commerciale lors de la campagne promotionnelle de son muffin en forme de gorille, Igor, et General Mills pour avoir diffusé sur le site Internet www.luckycharms.ca de la publicité relative à des céréales de marque Lucky Charms. Les autres entreprises feront l'objet de procès au cours de la prochaine année: l'agence de publicité P2P Promotion Publicité inc. pour la campagne promotionnelle Igor, l'entreprise Burger King pour avoir diffusé des messages publicitaires de nature commerciale lors de la remise de primes-jouets et l'entreprise McDonald pour avoir diffusé une bande-annonce pour *Ciné-cadeau McDonald's* et une publicité pour le produit Poulet McCroquettes de McDonald's. Je comprends qu'il y a eu... Il y a un communiqué de

presse qui a été émis justement hier, P2P qui a plaidé coupable d'avoir fait de la publicité commerciale destinée aux enfants. Donc ça, c'est en date d'hier. «Hot off the press», comme on dit.

Alors, l'automne dernier, l'office a procédé au lancement d'une brochure intitulée *Vos enfants et la pub*, la brochure que j'ai déposée, M. le Président, d'entrée de jeu. Cette brochure traite de la vulnérabilité des enfants face à la publicité, des effets de celle-ci sur la santé et leur comportement, des stratégies employées par les publicitaires, des façons de protéger les enfants et finalement des dispositions de la loi interdisant la publicité à but commercial destinée aux personnes de moins de 13 ans. Comme je disais, cette brochure a été distribuée aux commissions scolaires, aux directions d'école primaire et dans les CPE. Elle a également été ensachée dans le guide Jouets 2009 des Éditions Protégez-Vous. Au total, ce sont 265 000 exemplaires en français et 7 000 en anglais qui ont été produits et distribués. De plus, la promotion de cette brochure a présentement cours dans l'Internet et dans les revues spécialisées du milieu de l'éducation. Et l'office travaille actuellement sur la mise à jour du *Guide d'application des articles 248 et 249* de la loi, publicité commerciale destinée aux moins de 13 ans, écrit en 1980. Cet outil de référence sera distribué dans les milieux de la publicité et du droit et aux décideurs du milieu de l'éducation et des services de garde.

Alors, M. le Président, je ne sais pas si, M. Borgeat, il y a des éléments additionnels que vous voulez rajouter?

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Merci, Mme la ministre. Ça conclut le bloc qu'on avait entamé. Donc, M. le porte-parole de l'opposition officielle en matière de consommation. M. le député de Saint-Maurice.

Contrat accordé au Club de hockey Canadien inc.

M. Pinard: Merci, M. le Président. Nous allons demeurer dans l'élément publicité. Tout à l'heure, je mentionnais à Mme la ministre et au président de l'office que j'étais déçu quelque peu du montant des amendes qui ont été récoltées sur l'année fiscale 2008-2009, un montant de 581 000 \$, par rapport aux amendes qui avaient été récoltées en 2006-2007, 1 235 000 \$, et, en 2007-2008, 1 149 000 \$. Et je vois là peut-être un élément important pour l'Office de la protection, parce que, si nous avons des amendes qui sont équivalentes annuellement, sûrement que des négociations pourraient faire en sorte que l'office pourrait éventuellement bénéficier d'une portion de ces sommes d'argent là, mais une portion qui pourrait être dédiée, par exemple, à combattre le travail qui se fait par certains commerçants en termes de publicité, alors qu'on sait très bien que la publicité est interdite aux 13 ans et moins. Et, à cet effet, bien, j'aimerais, parce qu'on a parlé de Saputo, les petits biscuits Saputo, on a parlé de Toys, où Toys... avec lequel on a eu... l'office s'est rendu en Cour suprême pour obtenir un jugement qui dit maintenant hors de tout doute raisonnable: l'office a juridiction et a droit d'application.

Maintenant, vous savez que je suis un amateur de hockey, j'ai oeuvré dans le mineur, mais également au niveau du hockey de... dans la ligue junior majeur du Québec. Et, en février, j'ai été surpris un peu d'entendre parler des subventions de 250 000 \$ qui avaient été octroyées au Club de hockey Canadien. Et à cet effet... D'ailleurs, je crois que vous aviez eu une question à ce sujet en Chambre, ici même, ou Mme la ministre de l'Éducation, là-dessus, et je voulais savoir: Est-ce qu'effectivement l'Office de la protection du consommateur, est-ce qu'elle a mené une enquête suite aux divulgations qui ont été connues en début de février et, si oui, est-ce que, presque trois mois après la divulgation, est-ce que nous sommes en mesure de connaître les tenants et aboutissants de cette enquête?

Document déposé

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Mme la ministre, oui, avant de vous céder la parole, je veux simplement vous mentionner que vous pouvez considérer votre document comme déposé. Je vais en faire parvenir une copie aux députés de l'opposition officielle. Donc, Mme la ministre.

Mme Weil: Oui, peut-être une mise en contexte de ce dossier particulier, M. le Président. Donc, comme vous le savez, les textes des activités proposées portent sur le Club de hockey les Canadiens de Montréal, sur les joueurs de l'équipe et sur des mises en situation fictives ou réelles relatives à l'univers du Club les Canadiens. Le dossier est actuellement sous enquête, et le rapport d'enquête devrait être complété d'ici quelques semaines. Ce rapport sera examiné par l'office, est actuellement examiné par l'office, qui évaluera si des infractions ont été commises. Si tel est le cas, l'office pourrait entreprendre les actions qu'il juge appropriées, selon les circonstances. Donc, je ne pourrais en dire plus, puisque c'est la règle de sub judice qui s'applique, mais l'office actuellement examine le dossier, M. le Président.

M. Pinard: M. le Président, Mme la ministre, vous prévoyez que le travail sera complété d'ici quelques semaines ou d'ici quelques mois?

Mme Weil: D'ici quelques semaines.

M. Pinard: D'ici quelques semaines.

Mme Weil: D'ici quelques semaines, c'est l'information qu'on me donne.

M. Pinard: Merci beaucoup.

Montant et perception des amendes

Mme Weil: Un commentaire sur les amendes.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Allez-y, Mme la ministre.

Mme Weil: Est-ce que c'était une question? Les informations que j'ai, c'est que la diminution du montant

total des amendes s'explique notamment par la diminution du nombre de poursuites pénales déposées au cours de l'exercice par rapport à l'exercice précédent et par le fait que les jugements rendus au cours de la période comportaient un nombre beaucoup moins élevé de chefs d'accusation par rapport à l'exercice précédent, 1 789 comparé à 268, donc 1 789 chefs d'accusation pour 268 jugements. En conséquence, les amendes résultant des jugements obtenus au cours de l'année sont nécessairement moins élevées. De plus, le nombre des chefs déposés pour l'ensemble des dossiers de poursuite a également diminué au cours de l'exercice, de 736 par rapport à l'exercice précédent, 888. Alors, je ne sais pas si ça complète cette question?

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): M. le député, oui.

M. Pinard: Comme vous discutez d'amendes, à ce moment-là, ça m'amène à vous... Vous éveillez en moi une question: Est-ce que l'office a l'intention de... Est-ce que c'est l'office qui fixe les montants des amendes? Si oui, est-ce qu'il a l'intention, pour la prochaine année fiscale, de demander des hausses ou de fixer des hausses au niveau de ces amendes? Et ça m'amène aussi à vous poser la question concernant les permis, qui est une source de financement indirect maintenant pour... accessoire au niveau de l'Office de la protection du consommateur: Est-ce que l'office a l'intention de hausser également le coût des permis des commerçants?

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Mme la ministre, allez-y.

● (11 heures) ●

Mme Weil: ...de façon très générale, c'est le DPCP, le Directeur des poursuites pénales et criminelles, qui intente les poursuites. Les amendes sont prévues dans la loi selon l'infraction, avec des minimums et des maximums. Mais, au-delà de ça, avec plus de précisions... Si vous voulez plus de précisions, je pourrais céder... Quant à l'intention de demander des pénalités plus sévères, je ne connais pas la réflexion actuellement du DPCP ou de l'office. Il y a une délégation, évidemment, de l'office au DPCP. S'il y a eu des instructions dans ces directions, je demanderais à M. Borgeat de répondre à la question.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): M. le député...

M. Borgeat (Louis): Sur les permis.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): M. le porte-parole, vous voulez répéter votre question, on n'a pas...

M. Borgeat (Louis): Est-ce qu'on revient sur les permis après? Les amendes?

Coût des permis

M. Pinard: Concernant les permis, est-ce qu'on envisage une augmentation des permis, du coût des

permis, parce qu'indirectement nous avons aussi une entrée de fonds au niveau de l'office qui est la bienvenue?

Mme Weil: Oui. À la lumière de la politique, dans le contexte de la politique, actuellement il y a une analyse qui a été faite, qui montre qu'il y a un déséquilibre justement entre les coûts des activités reliées... qui est supérieur au tarif qui est exigé. Donc, il y a une analyse qui est en train d'être faite et un correctif qui devra être apporté éventuellement.

M. Pinard: D'accord. Merci. J'aimerais connaître, M. le Président, le temps...

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): ...minutes.

M. Pinard: Pas seulement 10 minutes?

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Malheureusement, oui.

Modifications législatives envisagées (suite)

M. Pinard: Alors, j'aimerais, Mme la ministre, puisque vous l'avez déjà abordé... 2008 a été une année, je pense, une année très active à l'intérieur de l'Office de la protection du consommateur. Il y a eu énormément de rencontres, il y a eu des discussions, on a préparé la phase 2 de la modification de la Loi de protection du consommateur, on a discuté des garanties prolongées, on a discuté également de l'invasion des compagnies de téléphonie, on a discuté également de l'internalisation des prix.

Ma question est fort simple: Vous avez souligné le fait que vous apprécieriez déposer éventuellement un projet de loi. L'opposition officielle est effectivement d'accord avec le dépôt et avec tout le travail qui a été fait par les intervenants, qu'ils soient des sociétés de protection, que ce soient les universitaires, tous les intervenants qui ont travaillé au niveau de la Loi de protection du consommateur. L'opposition officielle est d'accord pour qu'il y ait ce dépôt, et ce, le plus rapidement possible.

Est-ce que vous pouvez nous confirmer ce matin, madame, ce matin, qu'effectivement... que, d'ici le 30 juin, c'est-à-dire d'ici le 20 juin, là, la session se termine le 20 juin, que, d'ici le 20 juin, il y aura dépôt de ce projet de loi?

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Mme la ministre.

Mme Weil: Oui, M. le Président. Nous avons l'intention de déposer... d'ailleurs, j'offre à mon collègue une séance de briefing, je pense que ça pourrait nous permettre de collaborer et de travailler, parce que, comme vous dites, c'est un... M. le Président, comme il est évoqué, il y a eu beaucoup de consultations, des consensus peut-être qui semblent se dessiner, et je pense qu'il faut aller de l'avant. Et je suis contente d'entendre que c'est votre préoccupation et j'espère pouvoir compter sur la collaboration de mon collègue. Je ne pense pas... je ne sais pas si vous voulez plus de détails sur ce dossier-là actuellement ou si c'est tout simplement cette réponse-là que vous recherchez, que le membre de l'opposition recherchait?

M. Pinard: Il est évident, madame...

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): M. le député, allez-y, bien sûr.

M. Pinard: M. le Président, il est évident, Mme la ministre, que cette réponse me plaît énormément, d'autant plus que tout à l'heure vous avez vous-même mentionné la problématique au niveau des téléphones cellulaires, mais de l'internalisation également des prix, à savoir qu'il faut que tout le coût soit maintenant intégré dans le prix, sauf les taxes, bien entendu. Il y a la question des téléphones cellulaires qu'on va aborder et qui, comme vous l'avez mentionné tout à l'heure... Cela me plaît énormément et d'autant plus que le fait de travailler à cette deuxième... à cette modification de la Loi de protection du consommateur va nous permettre, le plus rapidement possible, parce que, pour moi, c'est un problème majeur... Et je discutais avec les gens de Service d'aide au consommateur de Shawinigan, qui est le plus vieux service au Québec, qui a été mis au monde par la sénatrice, Mme Madeleine Plamondon, qui a passé sa vie à aider les consommateurs dans ma région... Bien, je discutais avec eux au niveau du crédit, et on sait aujourd'hui la facilité incroyable qui existe au niveau des jeunes. Je n'en reviens tout simplement pas. Mon fils est étudiant actuellement, et je ne comprends pas que lui a plus de crédit que son père, en ce sens qu'il n'y a pas une semaine, il n'y a pas une semaine où il n'est pas attaqué, et je le dis parce que je le pense, il est attaqué par des compagnies et incité à accepter des cartes de crédit, à accepter des crédits qui lui sont ouverts dans des compagnies de finance et autres, alors qu'il est étudiant; donc, de ce fait, c'est le paternel qui en est le responsable ou la mère.

Alors, moi, madame, j'en suis rendu à un point où il faut absolument qu'on atteigne un juste équilibre entre ces jeunes, et souvent ce sont des jeunes familles qu'on endette et qui partent d'une façon... qui partent sur la patte gauche dans la vie — je m'excuse pour les gauchers, mais c'est une expression. C'est que ça n'a pas aucune raison, ça n'a pas aucune intelligence, là, si nous qui avons mis cette loi de protection du consommateur... ce sont nos pères, nos mères qui ont fait ça il y a 40 ans, qui ont réfléchi là-dessus et qui ont mis au Québec cette institution qui est l'Office de la protection du consommateur. Mais, nous, notre génération de législateurs, cette génération de législateurs n'a pas le droit, n'a pas le droit de passer outre à ce travail qu'on se doit de faire pour établir des balises qui vont permettre à nos jeunes d'avoir un début dans la vie et surtout qu'ils n'aient pas seulement le mot «consommation» dans la tête.

Alors, madame, j'espère que la phase 3 est déjà à l'agenda des membres... du président ainsi que des gens, des dirigeants de l'Office de la protection du consommateur. Parce que je pense, Mme la ministre, que, si nous ne laissons que cet héritage de notre passage en politique, vous et moi, ce serait déjà merveilleux, je pense. Et je le souhaite ardemment. Et soyez assurée que, de notre côté, il y aura une collaboration tout à fait adéquate. Et, comme je l'ai toujours dit depuis que je suis dans l'opposition, le gouvernement est là pour légiférer, mais l'opposition est toujours là pour améliorer.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Merci, M. le député. Mme la ministre, en trois minutes, s'il vous plaît.

● (11 h 10) ●

Mme Weil: J'ai trois minutes pour répondre. Je voudrais souligner à mon collègue que, moi aussi, j'ai quatre jeunes chez moi, donc toute cette question de téléphonie cellulaire, de crédit, je suis pas mal sensibilisée. Étant avocate de formation, mon mari aussi, on dit toujours à nos jeunes: As-tu bien lu les clauses du contrat? Et je pense que toutes ces campagnes d'information menées par l'office résonnent beaucoup avec moi. Il faut armer les gens. Il faut armer les jeunes. Il faut savoir que ces jeunes-là sont des... Ils entrent dans la société, il faut les équiper, il faut qu'ils prennent leurs responsabilités aussi. Je ne souhaiterais pas lancer le message qu'on veut déresponsabiliser le consommateur, il faut l'équiper.

Ceci étant dit, évidemment, certaines fois, ces clauses, elles sont écrites très, très, très petites, il y a toutes sortes de conditions. Donc, je suis aussi préoccupée par les jeunes dans le contexte actuel du marché, tant au niveau du crédit à la consommation que la téléphonie cellulaire. Alors, il y a déjà des dispositions pour protéger le consommateur, qui permettent au consommateur d'avoir accès aux informations pertinentes afin de prendre une décision éclairée. La loi comporte également certaines dispositions qui limitent la sollicitation en matière de crédit. À titre d'exemple, il est interdit d'émettre une carte de crédit sans qu'elle ait été demandée par écrit par le consommateur. Je suis cependant consciente que les entreprises font de plus en plus de sollicitation en matière de crédit à la consommation et ont développé de nouvelles stratégies qui permettent d'avoir accès à du crédit très facilement et que le niveau d'endettement des consommateurs est de plus en plus important. Et, comme vous le souligniez, c'est d'ailleurs dans ce contexte que nous allons entreprendre la phase 3, et je suis heureuse d'entendre que mon collègue souhaite compléter l'étape 2 pour qu'on puisse entamer l'étape 3.

Je pense que ça doit compléter, M. le Président, mes trois minutes?

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Oui... Non, pas vraiment. Mais si vous voulez profiter du temps ou conclure le bloc.

Mme Weil: Je peux compléter avec la téléphonie cellulaire. Il me reste combien de minutes?

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Oui, rapidement, il vous reste encore 1 min 30 s.

Mme Weil: Donc, l'autre enjeu important, je l'ai évoqué, c'est sans doute la téléphonie cellulaire. Les jeunes sont de plus en plus nombreux à souscrire à des contrats de services de téléphonie cellulaire. Ils sont très intéressés à utiliser les nombreuses possibilités qu'offrent ces services. Malheureusement, ils sont nombreux à souscrire à des contrats à la suite de représentations incomplètes ou sans avoir pu bénéficier au préalable des informations pertinentes qui leur auraient permis de prendre une décision éclairée et ils sont prisonniers d'un contrat duquel ils ne peuvent se sortir sans payer des frais de résiliation considérables. Les coûts qu'entraîne l'utilisation de ces

services sont parfois importants et peuvent mener à l'endettement des jeunes et l'inscription d'informations défavorables à leur dossier de crédit, alors qu'il s'agit parfois du premier contrat auquel un jeune souscrit.

Les propositions que je formulerais dans le cadre du projet de loi modifiant la Loi sur la protection du consommateur, que nous aurons l'occasion de discuter, comme je vous le mentionnais, permettront notamment au consommateur de bénéficier de tout renseignement pertinent avant de souscrire à un contrat, souscrire à un contrat qui ne comporte pas de clauses excessives, et de résilier le contrat en versant une indemnité de rupture raisonnable. Et évidemment les jeunes d'âge scolaire, comme je l'ai évoqué, sont aussi pour nous une clientèle importante, vulnérable, a priori vulnérable à cause de leur âge, et je l'ai évoqué. Donc, c'est vraiment ces tranches d'âge que l'Office de protection voudrait protéger davantage.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Merci beaucoup, Mme la ministre. Donc, ça conclut le bloc. M. le député, ça termine le bloc. Donc, j'ai cru comprendre que, du côté ministériel, il y a la députée... Mme la députée de Hull qui voulait intervenir. Allez-y, Mme la députée.

Participation au Programme de promotion des saines habitudes de vie

Mme Gaudreault: Merci, M. le Président. Alors, à mon tour de souhaiter la bienvenue à tout le monde, aux membres de la commission et aussi à l'équipe de Mme la ministre.

Alors, M. le Président, voilà quelques années, on aurait difficilement pu imaginer l'ampleur de l'épidémie d'obésité qui menace les sociétés occidentales, l'Amérique du Nord. Et, malheureusement, le Québec n'est pas épargné, et les coûts en termes économiques, sociaux et démographiques sont énormes. Des changements profonds dans les habitudes de vie, notamment du point de vue de l'alimentation et de l'activité physique, mettent légèrement en péril la progression de l'espérance de vie, tout comme la qualité de vie de plusieurs générations.

Alors, c'est pourquoi, M. le Président, je me suis fait un devoir de participer, la semaine dernière, à un forum en Outaouais, qui se tenait à l'Université du Québec en Outaouais, qui s'intitulait *Des communautés en santé: L'affaire de tous!* Ce forum s'adressait essentiellement à des décideurs et aux intervenants des secteurs scolaire, municipal, secteur privé, secteur agroalimentaire, et la conférencière principale était Mme Lyne Mongeau, qui est la coordonnatrice du PAG, le fameux programme d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids, au ministère de la Santé et des Services sociaux.

Alors, j'aimerais demander à la ministre si elle pourrait nous parler un peu de la participation de l'office à ce fameux plan gouvernemental.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Mme la ministre.

Mme Weil: Oui. M. le Président, je voudrais remercier la députée pour cette question.

D'entrée de jeu, j'ai été associée pendant très longtemps au réseau de la santé en tant que présidente de la régie régionale de Montréal-Centre et très associée à ces campagnes et cette sensibilisation de la croissance de l'obésité qu'on remarquait ici, au Québec, et qui est toujours en croissance. Donc, j'étais vraiment, honnêtement, ravie de voir que l'office est aussi un partenaire dans un grand plan d'action qui est actuellement en branle au gouvernement, qui comprend 10 ministères, dont évidemment le ministère de la Santé et des Services sociaux, plan d'action 2006-2012. Donc, c'est un plan d'action qui fait la promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids, qui a été lancé à l'automne 2006. Sept ministères et trois organismes gouvernementaux, dont l'Office de la protection du consommateur, ont participé à l'élaboration du plan. Il y a 75 actions spécifiques qui sont incluses dans ce plan.

Donc, l'objectif commun du plan d'action vise à créer des environnements favorables à l'adoption de saines habitudes de vie. C'est évidemment le ministère de la Santé qui assure la coordination gouvernementale du plan d'action, et différentes structures de fonctionnement ont été instaurées pour la mise en oeuvre du plan d'action. L'office est présent et actif dans ces différents comités, soit le comité des sous-ministres adjoints, le comité des répondants ministériels, le comité des communications et le comité d'évaluation.

Dans le cadre de ce plan d'action, l'office est responsable de la mise en oeuvre de deux actions de l'axe Promouvoir des normes sociales favorables — c'est le nom de l'axe — qui concernent la publicité, soit, un, renforcer les mesures d'application et de suivi des articles de la Loi sur la protection du consommateur portant sur la publicité à but commercial destinée aux jeunes, et, deux, informer la population quant aux mesures d'application et de suivi des dispositions visant à interdire la publicité à but commercial faite aux enfants, comme on l'a vu précédemment.

Depuis plusieurs années, plusieurs études ont mis en lumière l'influence néfaste de la publicité sur la santé et le comportement des jeunes. Et, au Québec, la Loi sur la protection du consommateur interdit, comme je l'ai mentionné auparavant, depuis 30 ans, la publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans. On note depuis quelques années une augmentation des plaintes à cet égard ainsi qu'une préoccupation grandissante de la collectivité concernant la publicité à but commercial adressée aux enfants, particulièrement à la lumière de l'épidémie d'obésité que souligne ma collègue. Alors, c'est dans ce contexte qu'on a mis sur pied la campagne d'information.

Il y a un outil, donc l'outil, on en a parlé, c'est *Vos enfants et la pub*, donc c'est le premier outil de sensibilisation qui a été mis sur pied, produit en partenariat avec Les Éditions Protégez-Vous, et le guide jouets, dont j'ai parlé précédemment.

Dans un deuxième temps, les efforts de sensibilisation de l'office sur ce sujet viseront à joindre les acteurs du milieu de la publicité et de l'industrie en mettant à jour le *Guide d'application des articles 248 et 249* de la Loi sur la protection du consommateur.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Merci, Mme la ministre. Avez-vous d'autres questions, Mme la députée?

Mme Gaudreault: Non, ça va. Merci.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Qui dois-je reconnaître? M. le député de Vimont, peut-être?

M. Auclair: Merci beaucoup, M. le Président.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Oui. À votre suggestion. Allez-y, M. le député.

Litiges soumis à la conciliation

M. Auclair: Merci. Moi, je vais continuer un petit peu dans l'avancée de mes collègues, parce qu'on a parlé... vous avez parlé, Mme la ministre, de pénalités, vous avez parlé de montants, d'entreprises qui ont été condamnées. Ça, c'est sur tout le volet légal à long terme, ça coûte cher, puis on voit que, vous le dites vous-même, il y a une augmentation. Et le volet contentieux demeure toujours un problème, parce qu'il faut trouver des moyens... C'est beau, le contentieux, mais il y a d'autres méthodes. Et, moi, il y a une méthode qu'on met en application, comme notaire on l'a mis souvent, mon collègue le sait, puis même des avocats, même, maintenant comprennent que ce n'est pas toujours... qu'il ne faut pas toujours aller devant les tribunaux pour régler des choses. Il y a de la conciliation qui existe, conciliation qui est très importante, qui est un processus qui peut amener... Ça ne veut pas dire que la personne ou l'entreprise qui a posé le geste n'est pas en faute, mais ça veut juste dire aussi que... on procède de façon à ce qu'il y ait des interprétations des fois qui n'est pas clair. C'est la réalité des lois, on le sait, c'est pour ça qu'il y a autant d'avocats qui réussissent et de juristes qui existent, parce qu'une loi n'est jamais claire, et, quand... même si elle est très claire, on va trouver un moyen de l'interpréter à une façon ou une autre. Ça, c'est le principe. C'est le jeu qu'on a accepté, dans lequel on a accepté de vivre.

Politique d'exactitude des prix

Juste avant de rentrer plus clair dans la conciliation. Il y a un nouveau système qui existe, et là-dessus j'aimerais vous entendre, ou peut-être le président de l'office, c'est sur les... une reconnaissance presque directe... moi, j'appelle ça un peu le jugement direct. C'est lorsqu'une entreprise indique un prix et... se présente à la caisse et que ce prix est erroné par rapport à ce qui est affiché. Et de là il y a tout un processus qui est déjà établi par l'office qui dit qu'à moins d'une certaine valeur le produit doit être remis au client de façon gratuite.

● (11 h 20) ●

C'est un peu la pénalité, c'est jugement direct. Et ça, je trouve que ça a été une procédure qui est très positive. Malheureusement, dans les derniers mois, les dernières semaines, moi, je trouve que, comme consommateur, on ne le voit plus aussi en application. Les entreprises ont comme... n'offrent plus aussi directement que c'était offert. Et j'aimerais voir, savoir si l'office a l'intention de redoubler d'efforts à ce volet-là, parce que, moi, je trouvais que, pour le consommateur, c'était efficace, c'était un chien de garde qui était clair et qui mettait un peu... qui faisait en sorte que l'entrepreneur, le propriétaire d'une entreprise, épicerie et autres, devait être vigilant. Là, aujourd'hui, on considère que... moi, je

trouve qu'on recule un peu, et ils baissent la vigilance, ils sont moins prêts à offrir ça, puis je trouve que, pour le consommateur, maintenant ils n'étiquettent plus leurs produits, c'est généralisé comme étiquetage. Donc, en d'autres mots, il y a juste un prix général. Donc, je voudrais voir c'est quoi que l'office va faire là-dessus, et après ça sur la conciliation, le processus qui est en place.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Qui dois-je reconnaître? M. le président... Mme la ministre, oui.

Litiges soumis à la conciliation (suite)

Mme Weil: Oui. Dans un premier temps, pour parler généralement de la conciliation, ce que je trouve intéressant dans cette question, M. le Président... Évidemment, ça touche beaucoup toute la question d'accès à la justice et la priorité qu'on veut accorder... que, moi, je voudrais beaucoup accorder à ces processus de médiation qui évidemment, depuis plusieurs années... le système de justice, les juges, les avocats et surtout les justiciables qui souhaitent aller plus de l'avant avec la médiation. Les tribunaux, c'est coûteux, c'est long, c'est ardu. Les gens, les citoyens n'aiment pas particulièrement aller devant les tribunaux, et, dans ce cas, dans le cas de la Loi de protection du consommateur, évidemment il doivent généralement se retrouver à la Cour des petites créances. Donc, si on regarde ça dans un continuum, il y a, dans un premier temps, l'information, qui est vraiment la première mesure de prévention, il faut vraiment mettre tous nos efforts sur l'information, la sensibilisation. Si on n'a pas réussi là, évidemment, la conciliation, c'est vraiment la deuxième priorité, pour éviter que le consommateur devienne un justiciable et soit obligé de se présenter devant les tribunaux.

Alors, lorsqu'un litige survient entre un consommateur et un commerçant et que ceux-ci ne parviennent pas à une entente de gré à gré, l'office peut entreprendre une démarche de conciliation entre le commerçant et le consommateur dans le cadre du traitement d'une plainte. Le consommateur qui désire porter une plainte formelle est d'abord invité à remplir un formulaire de plainte et à en transmettre une copie au commerçant visé et une copie à l'office. Au cours de l'année 2008-2009, l'office a fait parvenir un formulaire de plainte à plus de 13 000 consommateurs. L'organisme a agi ainsi après s'être assuré du fondement juridique et de la recevabilité des plaintes formelles que les consommateurs désiraient formuler.

À partir des formulaires de plainte reçus à l'office, les plaintes non réglées peuvent faire l'objet d'une conciliation selon certains critères dont les principaux sont: valeur objective du litige, c'est-à-dire le montant en cause; le nombre de consommateurs pouvant bénéficier de la conciliation; infraction commise par le commerçant; historique du commerçant; qualité de la plainte déposée; possibilité de créer un précédent; ressources requises pour mener à bien la négociation; et évidemment les chances estimées de succès.

Plus de 1 500 litiges ont ainsi été soumis à la conciliation au cours du dernier exercice financier. Ce qui est intéressant, c'est qu'un peu plus de 50 % ont fait l'objet d'une entente satisfaisante pour le consommateur. Cette activité s'inscrit dans une démarche globale d'intervention visant à modifier les pratiques commerciales de l'entreprise

et à défendre les intérêts des consommateurs et, évidemment, assurer le respect de la loi. Quelques chiffres que j'ai pour la commission: conciliations entreprises, 2008-2009, 1 528; conciliations ayant fait l'objet d'une entente, 772, donc, pourcentage des conciliations ayant fait l'objet d'une entente, 50,5 %; montant moyen du litige lors d'une conciliation réussie, 1 199 \$.

Alors, M. le Président, avec votre permission, M. Borgeat, peut-être pour répondre à la question plus spécifique du député.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Oui. M. Borgeat, j'ai cru comprendre qu'on avait le consentement pour vous entendre depuis le début, donc ça ne devrait pas cesser. Allez-y, M. le président.

Politique d'exactitude des prix (suite)

M. Borgeat (Louis): Bien. Merci, M. le Président. Alors, oui, sur la Politique d'exactitude des prix — peut-être un petit élément de mise en contexte — c'est une réalité qui existe depuis maintenant à peu près huit ans, qui a fait l'objet d'une discussion formelle entre les associations de consommateurs et les commerçants, qui a donné lieu à ce qu'on appelle un engagement volontaire, qui est un merveilleux mécanisme prévu à la Loi de protection du consommateur, qui permet à un ou plusieurs commerçants de s'entendre avec un ou plusieurs consommateurs. Et cet engagement volontaire sur la Politique d'exactitude des prix et l'indication des prix a fait l'objet d'un décret du gouvernement et s'applique depuis ce temps dans l'univers du commerce de détail.

Je pense que les préoccupations soulevées sont tout à fait réelles. En toute honnêteté, on remarque, après un certain nombre d'années d'application, qu'il y a peut-être une prise pour acquis de la part de certains commerçants à l'effet qu'aujourd'hui, dans un univers numérique où tout est informatisé, on peut y aller très spontanément, sans respecter certains éléments de la Politique d'exactitude, certains éléments d'affichage, puis, entre autres, la fameuse politique elle-même qui permet le remboursement dont vous parliez, lorsqu'il y a un prix à la caisse qui est supérieur à celui qui est indiqué sur la tablette et qui permet soit la gratuité du produit en bas de 10 \$ ou une espèce d'autopénalité immédiate de 10 \$. Alors, il y a honnêtement un certain laisser-aller là-dessus.

Et l'office a la responsabilité de superviser l'application de cet engagement volontaire et du décret. Et récemment on a fait... il y a eu deux initiatives qui vont nous permettre peut-être de resserrer un peu les règles du jeu. La première, c'est d'identifier, comme on doit le faire à tous les deux ans, le niveau d'exactitude des prix affichés. Et ça, on doit faire ça sur la base d'un immense sondage qui est fait dans un nombre très élevé de commerces de détail et qui révèle que, ma foi, sur l'exactitude des prix comme telle, on n'a pas véritablement de problèmes d'étiquetage, dans le sens qu'il n'y a pas beaucoup d'erreurs, et, lorsqu'il y a une erreur, la plupart sont au bénéfice des consommateurs. Alors, nos difficultés ne sont pas là. Les difficultés sont plus dans la connaissance de la politique de remboursement potentiel lorsqu'il y a une erreur, où effectivement les consommateurs sont souvent mal... peu informés, les affiches ne sont pas là, et l'application à la caisse cause quelquefois des

difficultés parce que... Si vous êtes au marché d'alimentation le samedi, à 6 h 30, et que vous constatez une difficulté à la caisse, et qu'il y a 12 personnes qui attendent, et que la caissière elle-même n'est pas nécessairement au courant de l'existence de cette politique, je peux vous dire que vous avez du chemin à faire pour obtenir votre 10 \$.

De sorte que la deuxième initiative prise, puis elle était prévue dans le mécanisme d'engagement volontaire, c'est de faire une étude, un sondage auprès des consommateurs, non pas auprès des commerçants, sur le respect de l'étiquetage, mais auprès des consommateurs sur le degré de satisfaction générale à l'égard de cette politique d'exactitude des prix, incluant l'affichage, le remboursement potentiel. Et ça, c'est en voie d'être réalisé.

Encore une fois, il faut travailler toujours en concertation avec les représentants des entreprises. Et, à partir de ça, l'office a l'intention de se rasseoir avec les parties à l'entente, qui sont bien sûr les entreprises, les associations de consommateurs, pour voir si cet engagement volontaire tient toujours la route tel qu'il a été formulé il y a à peu près 10 ans. Et je pense qu'on peut soupçonner qu'il y a une certaine lassitude, je dirais, là, pour être poli, de la part des commerçants par rapport à cette politique-là puis une certaine méconnaissance des consommateurs qui pourraient nous amener à un renforcement possible des outils, ou de la politique, ou des interventions possibles de la part de l'office là-dedans.

Mais vous avez raison, comme consommateur, on peut le remarquer quelquefois, l'affiche a quelquefois disparu, puis même que des fois elle a tendance à rapetisser lorsqu'elle est présente.

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Merci, M. le président. Malheureusement, nous n'aurons pas le privilège de vous entendre, M. le député de Baldwin, mais ce sera partie remise. Cet après-midi, nous allons avoir encore l'occasion de vous entendre, avec grand plaisir.

Adoption des crédits

Donc, nous allons maintenant procéder à la mise aux voix du programme 5 du portefeuille Justice. Le programme 5, Organisme de protection relevant du ministre, est-il adopté?

Des voix: Adopté.

M. Pinard: Sur division.

Documents déposés

Le Président (M. Bachand, Arthabaska): Sur division. Je dépose les réponses aux demandes de renseignements de l'opposition officielle. Et je tiens à vous remercier et à témoigner de l'excellent travail, Mme la ministre, que vous avez fait ce matin, ainsi que les collègues de l'opposition officielle et les collègues du côté ministériel.

Et je suspends les travaux jusqu'après les affaires courantes, vers 15 heures, où nous entreprendrons l'étude du volet Affaires intergouvernementales canadiennes. Je vous souhaite un bon appétit.

(Fin de la séance à 11 h 30)