

ASSEMBLÉE NATIONALE

N<sup>o</sup> 481-20060615

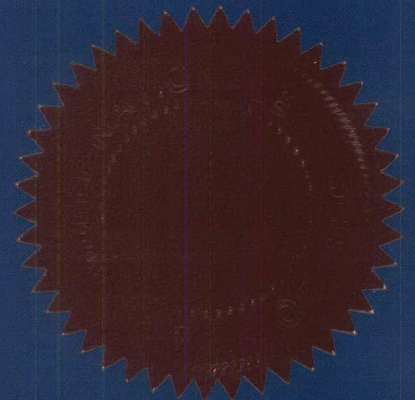
# Office de la protection du consommateur

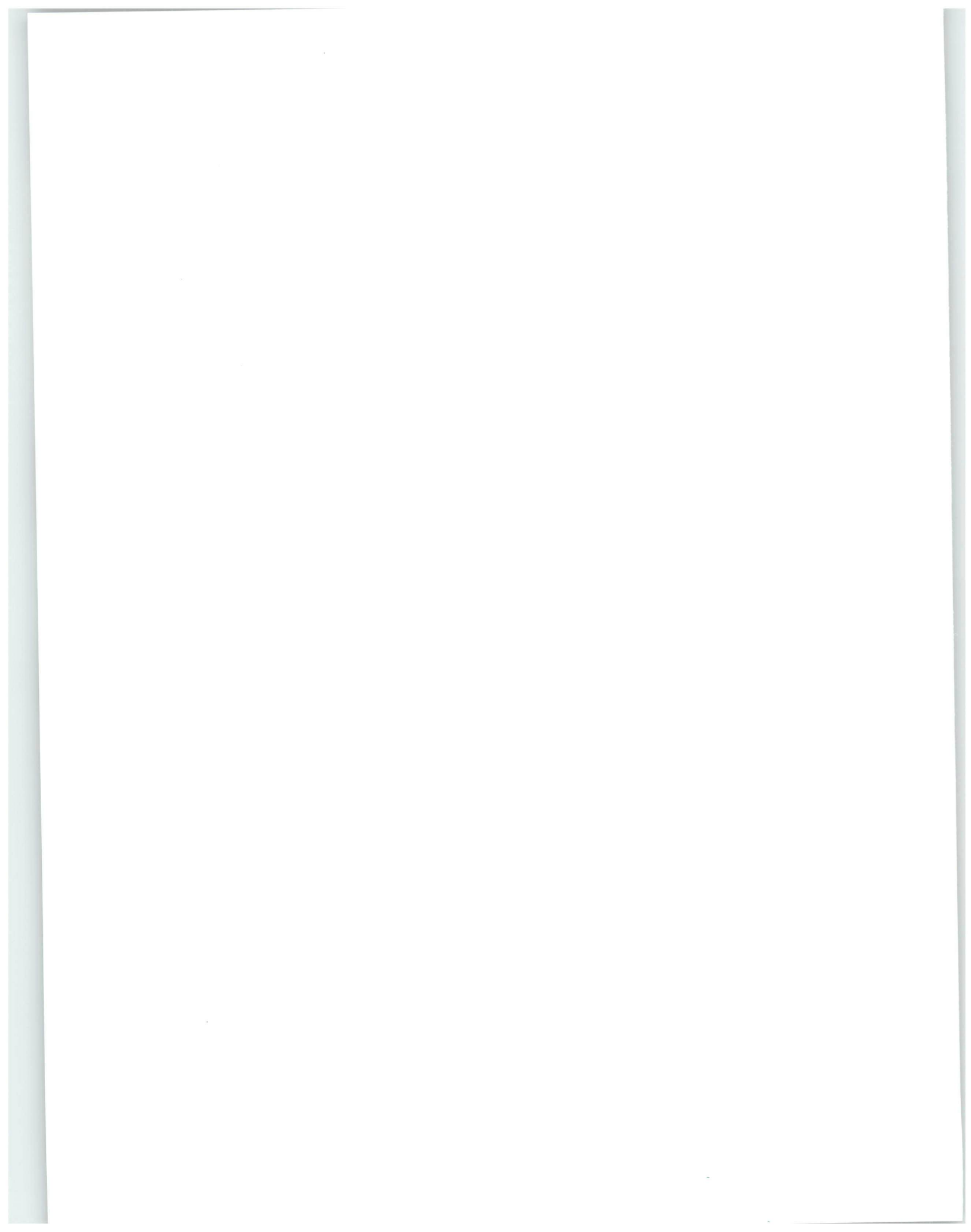


**Rapport annuel de gestion**

**2005-2006**

Québec 







Office de la protection  
**du consommateur**

**Rapport annuel de gestion**

**2005-2006**

Le Rapport annuel de gestion 2005-2006 a été produit par  
l'Office de la protection du consommateur  
400, boulevard Jean-Lesage, bureau 450  
Québec (Québec) G1K 8W4

Dépôt légal – 2006  
Bibliothèque nationale du Québec  
Bibliothèque nationale du Canada  
ISBN : 2-550-45204-7 (document sur papier)

© Gouvernement du Québec, 2006

Dans le présent rapport, le masculin désigne aussi bien les hommes  
que les femmes lorsque le contexte s'y prête.

Monsieur Michel Bissonnet  
Président  
Assemblée nationale du Québec  
Hôtel du Parlement  
Québec (Québec) G2B 3H0

Monsieur le Président,

J'ai l'honneur de déposer à l'Assemblée nationale le Rapport annuel de gestion de l'Office de la protection du consommateur pour l'exercice financier qui s'est terminé le 31 mars 2006.

Ce rapport présente les résultats atteints au cours de l'exercice 2005-2006, conformément aux règles établies par la *Loi sur l'administration publique*. Les interventions de l'Office ont permis d'assurer non seulement une protection efficace des consommateurs mais aussi un meilleur équilibre dans les rapports entre ces derniers et les commerçants, contribuant ainsi à maintenir le climat de confiance nécessaire à la prospérité économique.

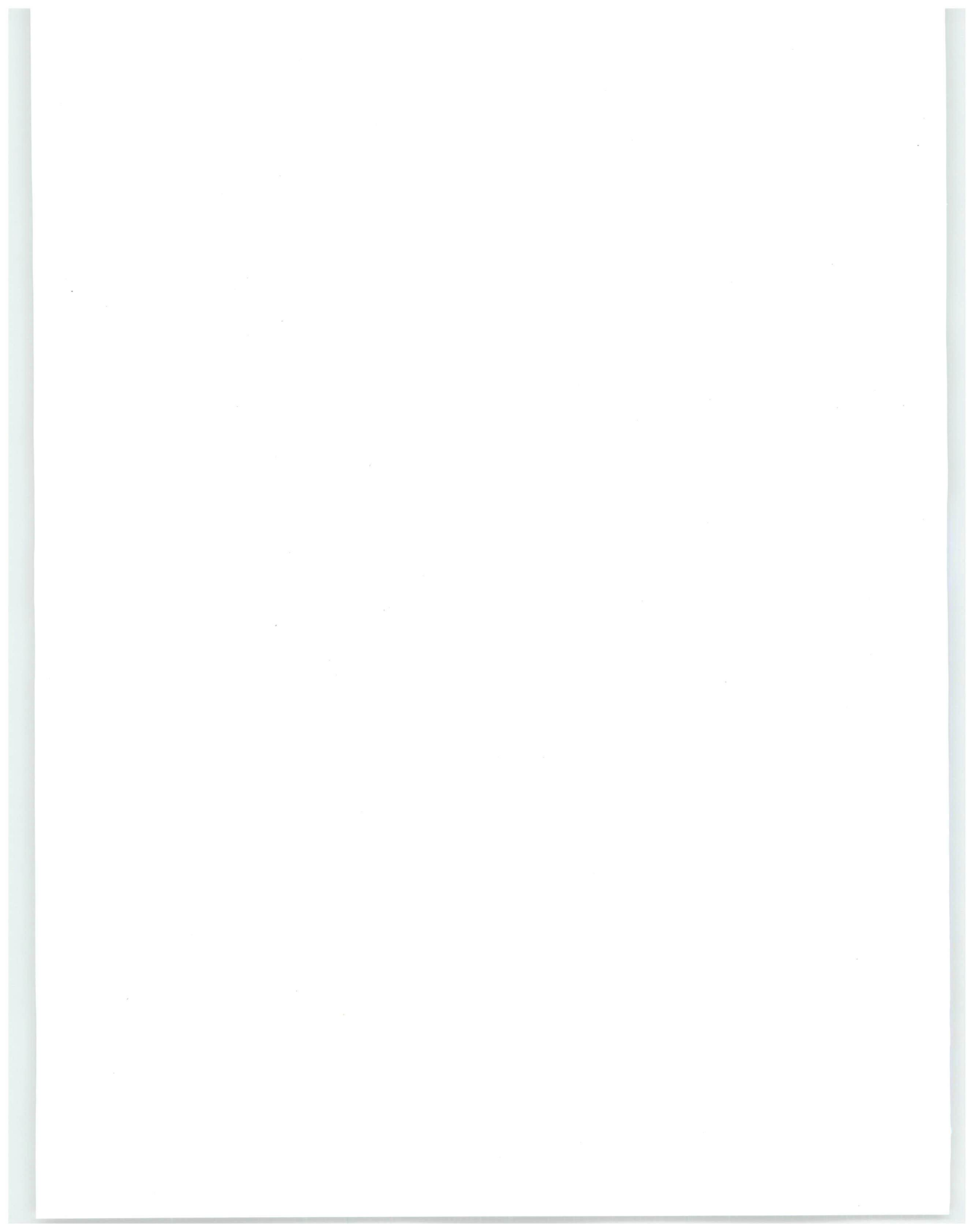
Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'assurance de ma considération distinguée.

Le ministre de la Justice  
et ministre responsable de l'Office de la protection du consommateur,



Yvon Marcoux

Québec, juin 2006



Monsieur Yvon Marcoux  
Ministre de la Justice  
Édifce Louis-Philippe-Pigeon  
1200, route de l'Église, 9<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1V 4M1

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous transmettre le Rapport annuel de gestion de l'Office de la protection du consommateur pour l'exercice qui s'est terminé le 31 mars 2006, conformément à la *Loi sur l'administration publique*.

Le Rapport annuel de gestion 2005-2006 marque le début du nouveau cycle stratégique 2005-2008. Il rend compte des résultats atteints par rapport aux objectifs stratégiques et aux engagements de la Déclaration de services aux citoyens, en plus de faire état des ressources de l'Office et de répondre aux exigences gouvernementales.

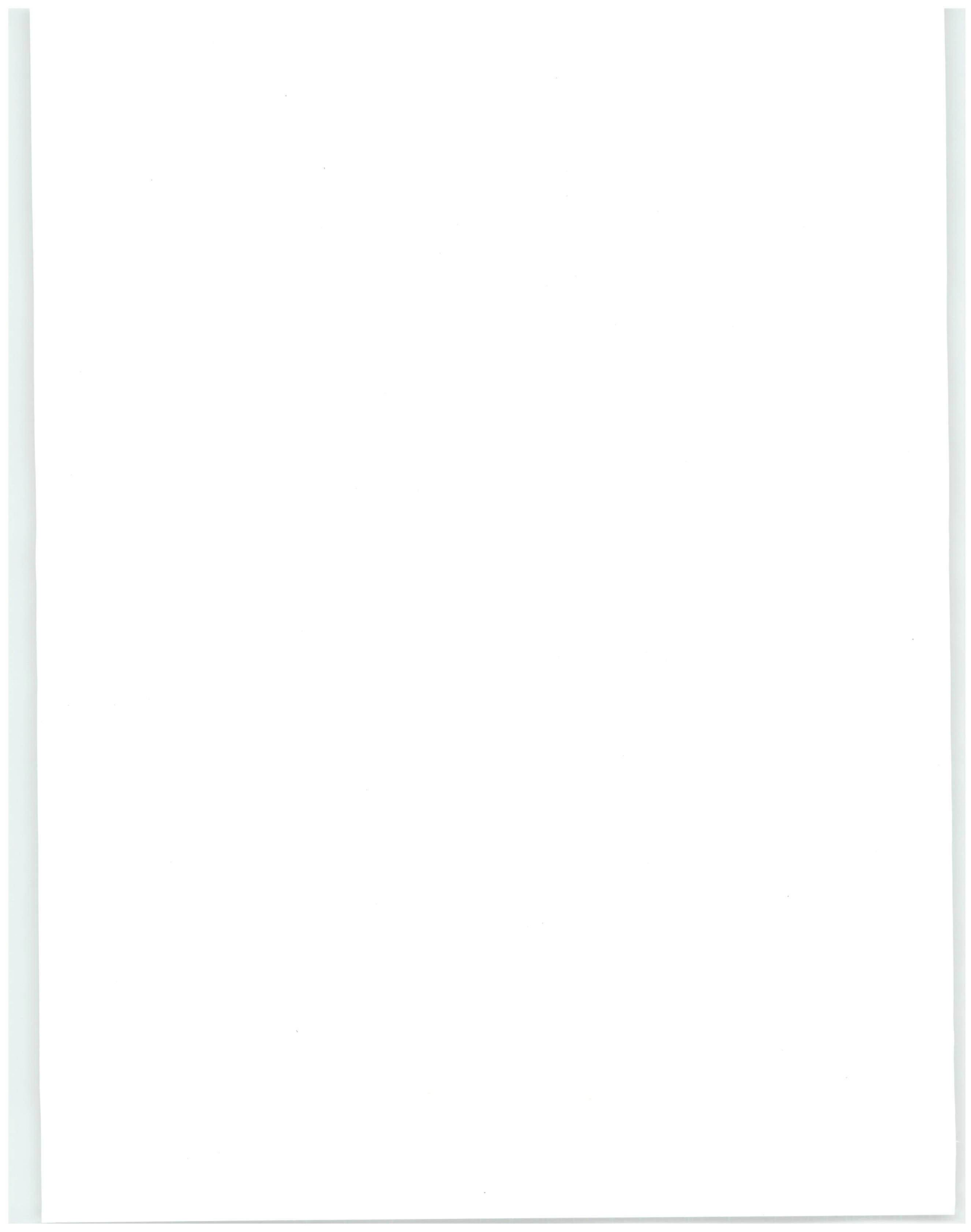
Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de ma haute considération.

Le président,



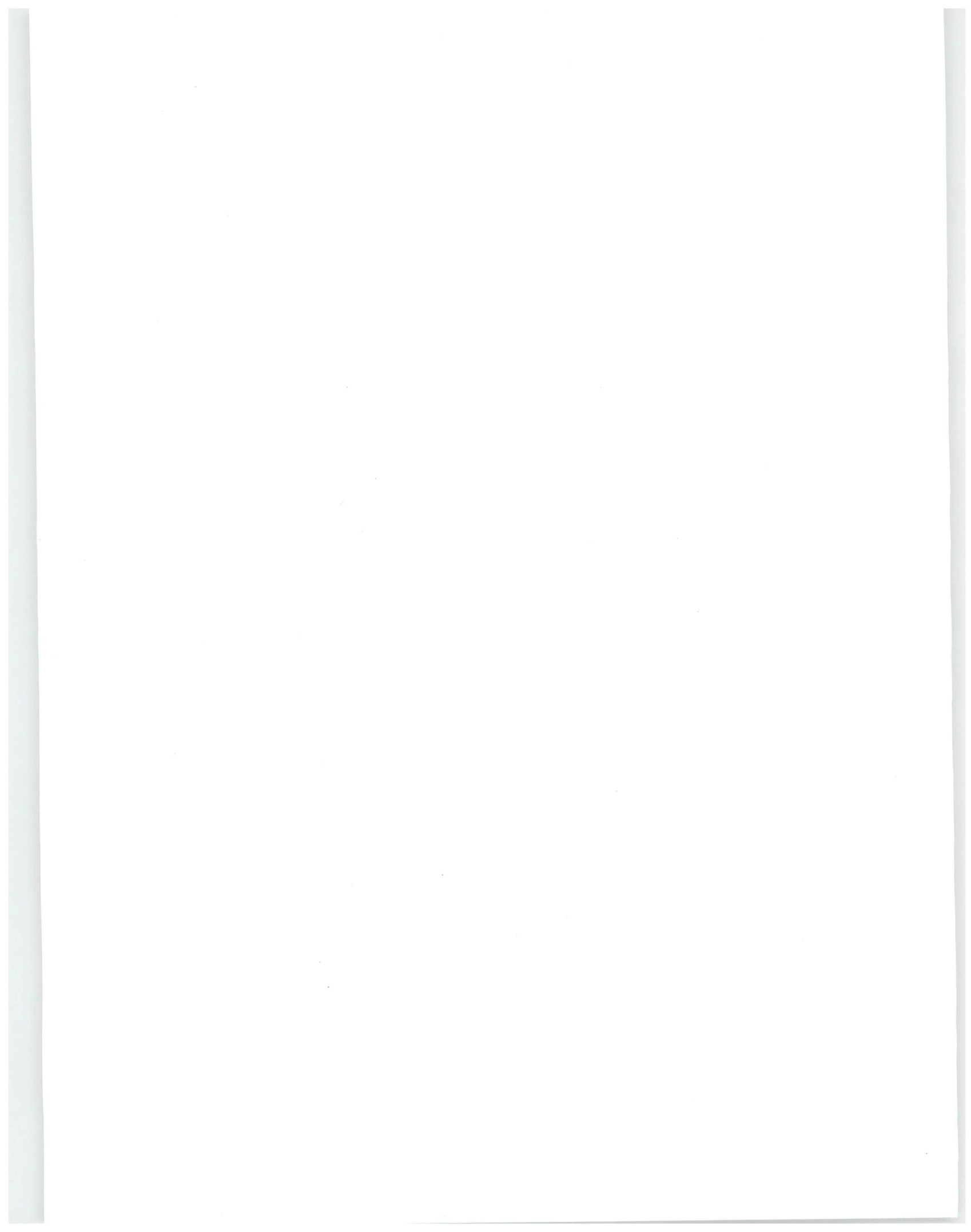
Yvan Turcotte

Québec, juin 2006



# Table des matières

Message du président .....	IX
Déclaration sur la fiabilité des données .....	XI
<b>L'OFFICE</b> .....	1
Faits saillants .....	1
Sommaire des résultats .....	4
Portrait de l'Office .....	6
Évolution du contexte et des enjeux .....	10
<b>RÉSULTATS DE L'OFFICE</b> .....	11
Plan stratégique 2005-2008 .....	11
Déclaration de services aux citoyens .....	24
<b>EXIGENCES GOUVERNEMENTALES</b> .....	29
Suivi des recommandations du Vérificateur général du Québec .....	29
Protection des renseignements personnels et accès à l'information .....	29
Égalité en emploi .....	30
Politique linguistique .....	31
Éthique et déontologie .....	31
<b>RESSOURCES DE L'OFFICE</b> .....	33
Ressources humaines .....	33
Ressources financières .....	35
Ressources informationnelles .....	36
<b>ANNEXES</b> .....	37
I - Lois sous la responsabilité de l'Office .....	39
II - Quelques statistiques concernant les activités de l'Office .....	41
III - Quelques indicateurs de gestion de l'Office .....	45
IV - Embauche et représentativité .....	49
V - États financiers du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages .....	51
VI - États financiers des cautionnements individuels des agents de voyages .....	61
VII - Code d'éthique et de déontologie .....	73
<b>COORDONNÉES DE L'OFFICE</b> .....	81





## Message du président

La pertinence et l'actualité de l'action de l'Office ne sont plus à démontrer. Cependant le contexte dans lequel nous évoluons, caractérisé par une complexification du marché de la consommation, des besoins et des attentes croissants de citoyens, des objectifs gouvernementaux en matière de service aux citoyens mais aussi en matière de réduction de la taille de l'État, a amené l'Office à adopter, pour les trois prochaines années, une orientation stratégique : consolider notre intervention. Nous avons retenu cinq axes d'intervention autour desquels sera structurée notre action pour ladite période.

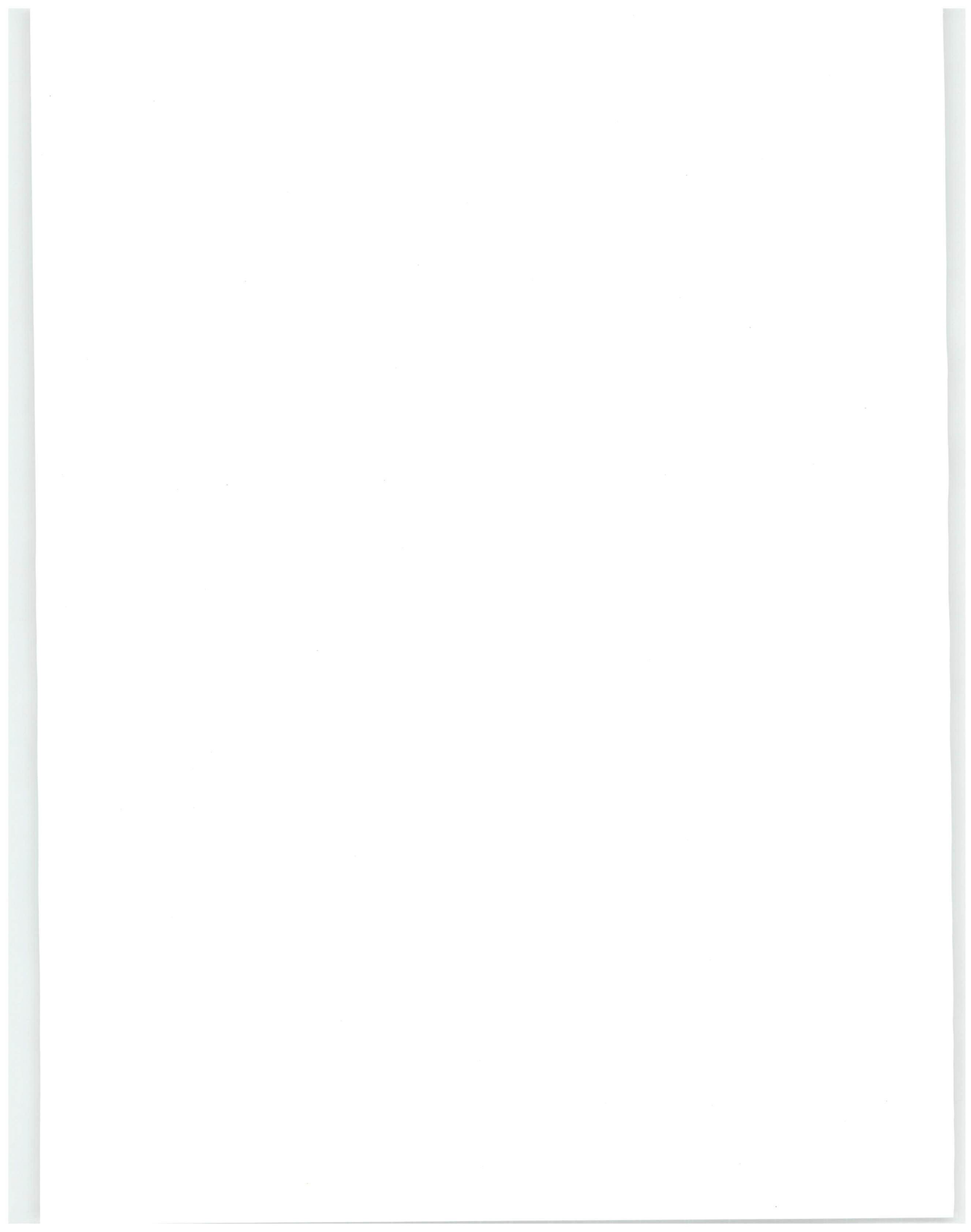
Le présent Rapport de gestion 2005-2006 rend compte des résultats obtenus au regard des objectifs que nous nous sommes fixés au plan d'action annuel. Plus concrètement, notre rapport illustre les efforts de l'Office pour accroître la participation des agents économiques à la protection du consommateur. Il traduit les efforts manifestes que nous avons déployés pour améliorer l'accessibilité de nos services directs offerts aux consommateurs et aux commerçants. Il met en lumière toute l'importance que nous avons accordée à la surveillance des marchés.

C'est donc avec fierté que je dépose le Rapport annuel de gestion de l'Office pour l'exercice 2005-2006. Les résultats qu'il présente constituent un témoignage additionnel de l'engagement du personnel de l'Office et du soutien des membres de son conseil d'administration envers la protection du consommateur québécois et la défense de ses intérêts.

Le président,



Yvan Turcotte





DÉCLARATION SUR  
LA FIABILITÉ DES DONNÉES

Les données contenues dans le présent rapport annuel de gestion sont sous notre responsabilité. Cette dernière porte sur la fiabilité des données exposées dans le rapport et des contrôles afférents.

Le Rapport annuel de gestion 2005-2006 de l'Office de la protection du consommateur :

- décrit fidèlement la mission, les mandats et les orientations stratégiques de l'Office ;
- présente les objectifs, les indicateurs, les cibles à atteindre et les résultats obtenus ;
- présente des données cohérentes et fiables.

Nous déclarons que les données contenues dans ce rapport annuel de gestion de même que les contrôles afférents à ces données sont fiables. Nous affirmons également que les données correspondent à la situation telle qu'elle se présentait au 31 mars 2006.

Le président,



Yvan Turcotte

Le secrétaire général,




Gilles Angers

Le directeur des services aux consommateurs,



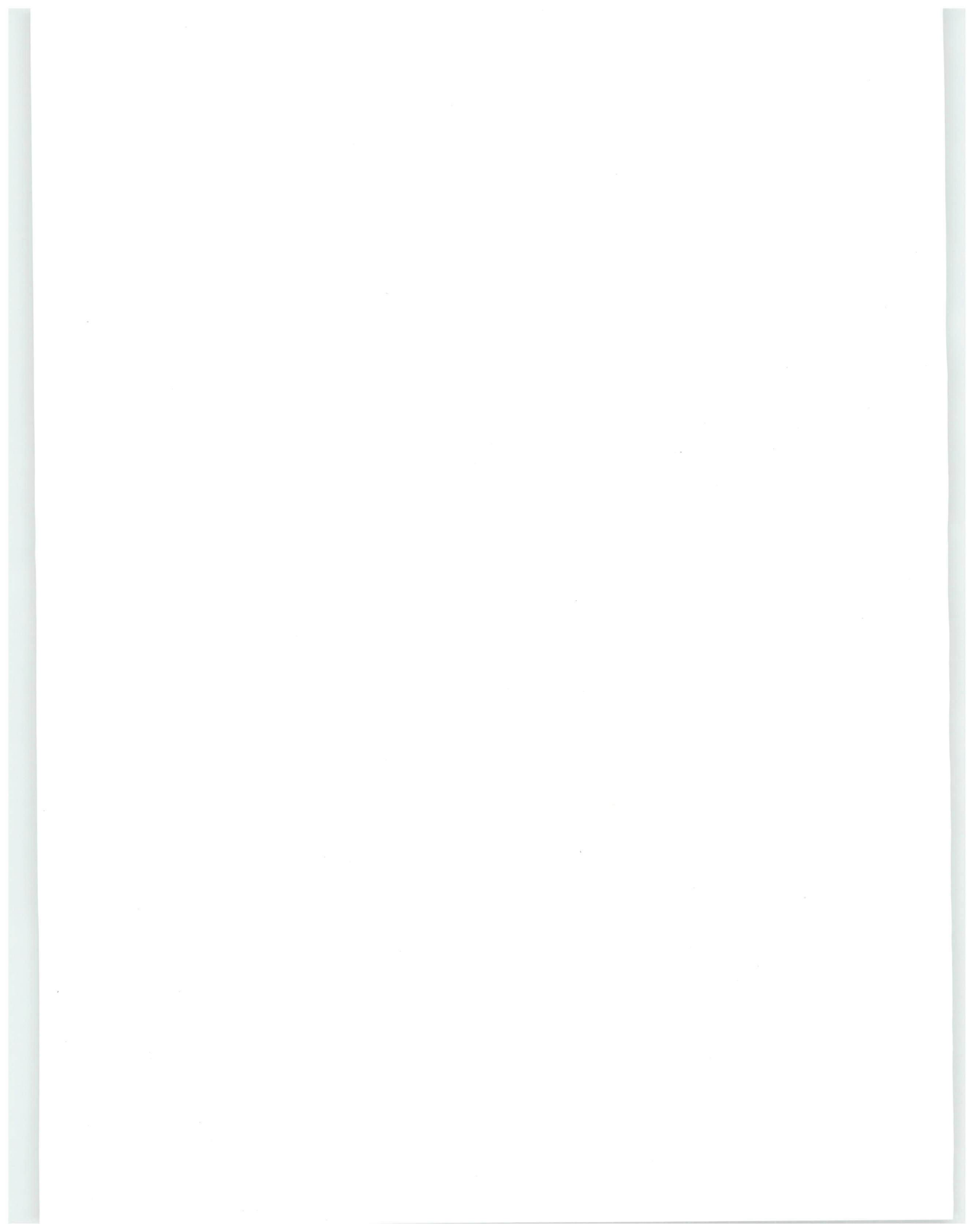
Léonard Fortin

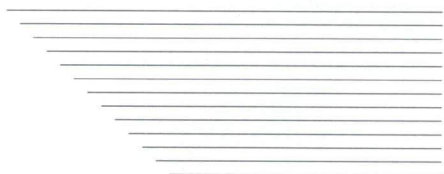
La directrice des affaires juridiques,



Nicole Papineau

Québec, juin 2006





## L'Office

### Faits saillants

En 2005-2006, quelques réalisations de l'Office méritent d'être soulignées.

#### Une participation accrue de l'industrie à la protection du consommateur

L'Office a signé six projets d'engagement volontaire en 2005-2006. Un engagement volontaire est une entente entre le président de l'Office et un commerçant qui porte sur le respect de certaines pratiques commerciales spécifiques et qui a pour objet de régir les relations entre un commerçant et les consommateurs. Cinq de ces projets ont été conclus avec cinq commerçants dans le secteur du recouvrement de créances. L'autre engagement volontaire a été signé par plus de 1 100 commerçants du secteur de la vente de véhicules d'occasion. Cet engagement volontaire prévoit un ensemble de règles de conduite portant sur la publicité et diverses autres pratiques et règles destinées à favoriser l'exercice honnête et compétent du commerce d'automobiles d'occasion.

#### Un accroissement des activités de surveillance des marchés

En 2005-2006, l'Office a mené 557 enquêtes, notamment dans les secteurs de l'indication et de l'exactitude des prix, du voyage ainsi que de l'automobile. Ce nombre représente une augmentation de 32 % par rapport aux activités de l'année précédente. En 2005-2006, le nombre de jugements rendus par les tribunaux à la suite des poursuites pénales entreprises par l'Office à l'égard de commerçants fautifs s'est élevé à 188, soit 92 % de plus qu'à l'exercice précédent. De la même façon, le montant des amendes imposées aux commerçants fautifs a presque triplé par rapport à celui de 2004-2005, pour se chiffrer à près de 1,15 million de dollars. De plus, l'Office a effectué 249 interventions juridiques.

#### Des services aux citoyens plus accessibles

L'accessibilité du service téléphonique de l'Office, déficiente depuis quelques années, a été un axe prioritaire d'amélioration en 2005-2006. L'organisme s'est doté d'un véritable centre d'appels, regroupant virtuellement les agents de protection du consommateur des onze bureaux régionaux au sein d'une même équipe. Le nouveau système téléphonique, qui sera officiellement

en service le 1<sup>er</sup> avril 2006, permettra une gestion en temps réel des périodes d'achalandage et optimisera l'utilisation des ressources affectées au service des citoyens. La période d'essai, amorcée en mars 2006, a montré des résultats encourageants en ce sens.

## Une popularité grandissante du site Internet

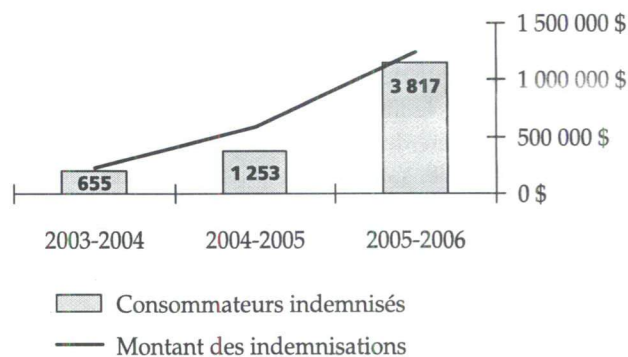
Le site Internet de l'Office et la Grappe de renseignements pour les consommateurs atteindront sous peu le million de visites annuelles, ayant eu 966 473 visites en 2005-2006. Il importe de mettre notamment en relief une hausse de 41 % des visites sur le site Internet de l'Office par rapport à l'exercice précédent. La Grappe de renseignements pour les consommateurs est quant à elle la troisième grappe la plus fréquentée du portail gouvernemental.

En ce qui a trait à l'éducation à la consommation, l'Office a bonifié son offre d'outils éducatifs destinés à sensibiliser les jeunes à différents sujets touchant, entre autres, la consommation responsable et le développement durable. Les téléchargements réalisés à partir du site OPCjeunesse ont doublé en 2005-2006, atteignant 17 654 téléchargements. Cette fréquentation témoigne de l'intérêt des enseignants pour ce matériel qui leur permet d'aborder, avec leurs élèves, des sujets de consommation sous un angle d'exploration et de réflexion.

## Un nombre record de consommateurs indemnisés

Les consommateurs ont été beaucoup plus nombreux à réclamer une indemnisation à la suite du défaut, d'un fournisseur titulaire d'un permis ou d'une exemption de l'Office, de leur offrir un bien ou un service déjà payé. Le nombre de consommateurs indemnisés a quadruplé par rapport à 2004-2005 pour atteindre 3 817. Cette hausse de 205 % s'explique en partie par les réclamations faites à la suite de la fermeture des transporteurs aériens Jetsgo et Québecair Express.

**Nombre de consommateurs indemnisés  
et montant des indemnisations**



Le Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages, en vigueur depuis le 11 novembre 2004, a permis d'indemniser 952 voyageurs qui avaient acheté leurs billets d'un agent de voyages titulaire d'un permis de l'Office.

Tous secteurs confondus, l'Office a versé 1,25 million de dollars aux consommateurs lésés.

## Une planification stratégique orientée vers la consolidation de l'intervention de l'Office

Le Plan stratégique 2005-2008 incarne la ferme intention de l'Office de protéger efficacement le consommateur québécois. Il prône une participation accrue des agents socioéconomiques à la protection du consommateur, un accroissement des activités de surveillance, la modernisation de sa prestation de services et l'actualisation de la législation sous sa responsabilité. En lien avec les efforts visant une meilleure gouvernance, l'Office publiait, le 1<sup>er</sup> avril 2005, une Déclaration de services aux citoyens modifiée, comportant de nouveaux engagements pour satisfaire davantage les attentes de sa clientèle. Les principaux changements ont trait à l'accessibilité du service téléphonique, au traitement des plaintes à l'endroit des services de l'Office et à l'indemnisation des consommateurs. En 2005-2006, afin d'intégrer dans son offre de service les besoins des divers groupes de la société, l'Office a également produit un Plan d'action à l'égard des personnes handicapées.

## Un suivi rigoureux des recommandations du Vérificateur général

En 2005-2006, le Vérificateur général a effectué un suivi de l'étude d'optimisation des ressources qu'il avait effectuée en 2002 afin d'évaluer le degré de mise en œuvre de ses recommandations. Il souligne que la proportion des recommandations complètement appliquées par l'Office ou pour lesquelles les progrès réalisés sont jugés satisfaisants est de 85 % et que la totalité des 27 recommandations qu'il avait formulées a suscité des gestes concrets de la part de l'Office. Essentiellement, l'Office a apporté plusieurs changements concernant le traitement des plaintes et des demandes de renseignements individuelles. Le Vérificateur général a également constaté que les comptes en fidéicommiss sont soumis à de plus amples vérifications et que la reddition de comptes est plus complète.

## L'Office, un organisme apprécié par la population

Un sondage effectué en mars 2006 par Léger Marketing pour le compte de la *Revue Commerce* place l'Office de la protection du consommateur au premier rang de tous les organismes publics ou parapublics les plus appréciés de la population dont la mission principale est de servir le citoyen.

## Sommaire des résultats

### Plan stratégique 2005-2008

Le tableau suivant présente un aperçu de la progression des objectifs du Plan stratégique 2005-2008, dont l'orientation est de consolider l'intervention de l'Office. Des résultats plus détaillés sont présentés dans la section « Résultats de l'Office ».

<b>OBJECTIFS STRATÉGIQUES 2005-2008</b>	<b>PROGRESSION</b>	<b>RÉSULTATS</b>	<b>PAGES</b>
1 Favoriser la concertation entre les agents socioéconomiques dans différents secteurs d'activité commerciale afin de maintenir l'efficacité du dispositif de protection.	Progresse de façon satisfaisante	Six projets d'engagement volontaire ont été signés dont l'un dans le secteur de la vente d'automobiles d'occasion impliquant plus de 1 100 commerçants et cinq autres conclus par cinq commerçants dans le secteur du recouvrement de créances.	13
2 Poursuivre les collaborations avec les agents socioéconomiques en matière de recherche, d'éducation et de promotion des droits des consommateurs afin de maintenir l'efficacité du dispositif de protection.	Progresse de façon satisfaisante	Plusieurs ententes de collaboration ont été développées avec des commerçants, des enseignants, des relayeurs d'information et des associations de consommateurs.	14
3 Améliorer l'accessibilité de l'information mise à la disposition des consommateurs.	Progresse de façon satisfaisante	Un nouveau centre d'appels sera officiellement en service le 1 <sup>er</sup> avril 2006. La période d'essai, qui s'est déroulée en mars 2006, a donné des résultats encourageants.  Le nombre de visites sur le site Internet de l'Office et la Grappe de renseignements pour les consommateurs s'est accru de 24 % par rapport à 2004-2005.	16
4 Accroître les activités de surveillance, d'enquête, d'inspection et de vérification.	Progresse de façon satisfaisante	Les activités de surveillance ont augmenté de 32 % par rapport à 2004-2005.	19
5 Renforcer l'efficacité du dispositif des permis.	Progresse de façon satisfaisante	Un programme de surveillance des opérations sans permis a été mis en œuvre dans les secteurs où l'Office délivre des permis. En 2005-2006, 31 commerçants du secteur des studios de santé qui n'étaient pas titulaires d'un permis ont fait l'objet d'une vérification.  Une évaluation de l'opportunité et de la pertinence de transférer de la Société de l'assurance automobile du Québec à l'Office la responsabilité de délivrer des licences de vente ou de recyclage de pièces de véhicules routiers a été réalisée.	21

<b>OBJECTIFS STRATÉGIQUES 2005-2008</b>	<b>PROGRESSION</b>	<b>RÉSULTATS</b>	<b>PAGES</b>
6 Adapter le dispositif législatif et réglementaire administré par l'Office en fonction de l'évolution de l'environnement économique et du marché de la consommation.	Progresse de façon satisfaisante	<p>Un projet de Règlement modifiant le Règlement sur les agents de voyages a été prépublié à la <i>Gazette officielle</i> en août 2005.</p> <p>Un projet de décret étendant les dispositions d'un engagement volontaire dans le secteur de la vente d'automobiles d'occasion a été prépublié à la <i>Gazette officielle</i> en décembre 2005.</p> <p>L'Office a mené une consultation auprès des universitaires, des associations de consommateurs et des entreprises afin d'identifier les problématiques pour lesquelles des ajustements législatifs sont jugés prioritaires.</p>	22
7 Assurer le renouvellement et le redéploiement du personnel afin de maintenir la capacité d'intervention et l'expertise de l'Office.	À surveiller	L'Office a adopté un Plan pluriannuel de main-d'œuvre 2005-2008.	23

## Déclaration de services aux citoyens

Le tableau suivant présente un résumé des résultats liés à quelques-uns des engagements de la Déclaration de services aux citoyens. Des résultats plus détaillés sont présentés dans la section « Résultats de l'Office ».

<b>SERVICES</b>	<b>ENGAGEMENTS</b>	<b>2004-2005</b>	<b>2005-2006</b>
Répondre sans délai aux appels téléphoniques des consommateurs.	70 %	69 %	51 %
Expédier une réponse personnalisée aux demandes d'information reçues par la poste, par télécopieur ou au moyen du site Internet.	3 jours	92 %	95 %
Expédier un accusé de réception au consommateur lors de la réception d'une plainte écrite dûment remplie.	2 jours	nd	96 %
Effectuer le traitement complet d'une plainte.	30 jours	85 %	81 %
Délivrer un permis à tout commerçant en règle qui respecte les exigences et la procédure de demande.	12 jours	nd	80 %

## Portrait de l'Office

Depuis sa création en 1971, l'Office de la protection du consommateur contribue au développement du climat de confiance nécessaire à la prospérité économique de la société québécoise. Pour y parvenir, il favorise des rapports équitables entre les consommateurs et les entreprises.

### La mission

L'Office de la protection du consommateur a pour mission de protéger les consommateurs québécois et de défendre leurs intérêts. Pour ce faire, il les éduque, les informe, applique les lois sous sa responsabilité et favorise la concertation entre les agents socioéconomiques.

### L'Office est responsable de l'application de quatre lois :

- la *Loi sur la protection du consommateur* (L.R.Q., c. P-40.1) ;
- la *Loi sur les agents de voyages* (L.R.Q., c. A-10) ;
- la *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture* (L.R.Q., c. A-23.001) ;
- la *Loi sur le recouvrement de certaines créances* (L.R.Q., c. R-2.2).

### Les grandes fonctions de l'Office

Les activités de l'Office dans un environnement commercial de plus en plus complexe traduisent éloquemment le besoin de protection des citoyens et la pertinence de son action en matière d'information, de concertation entre les agents socioéconomiques et de surveillance des marchés.

### Information

L'Office de la protection du consommateur offre aux citoyens des renseignements individuels par téléphone, par courriel, par courrier et au comptoir de ses bureaux régionaux. L'Office informe aussi collectivement la population par ses interventions dans les médias et par l'entremise de son site Internet et de la Grappe de renseignements pour les consommateurs. L'Office déploie des efforts considérables pour offrir aux citoyens une information pertinente, fiable, compréhensible et à jour. Il privilégie une approche qui favorise l'autonomie du consommateur dans ses décisions contractuelles, dans le règlement de ses différends avec des commerçants et dans l'exercice de ses recours. Cette approche aide donc le consommateur à être, dans une large mesure, l'artisan de sa propre protection.

## Concertation entre les agents socioéconomiques

La responsabilité de protéger le consommateur et de favoriser ainsi un climat de confiance propice à la prospérité collective revient non seulement à l'État mais, de façon complémentaire, à tous les agents socioéconomiques. En collaborant avec les associations de consommateurs, les regroupements de l'industrie et les autres organismes publics dont les activités affectent le consommateur, l'Office mise sur la concertation afin de maintenir et d'améliorer l'efficacité du dispositif de protection du consommateur. C'est dans cet esprit que l'Office réalise aussi de nombreuses conciliations dans les litiges opposant les consommateurs et les commerçants.

## Surveillance des marchés

La présence de l'Office dans l'environnement commercial québécois est essentielle tant pour les consommateurs qui ont besoin de protection que pour les entreprises honnêtes qui deviennent victimes d'un avantage concurrentiel indu de la part d'entreprises ne respectant pas les lois en vigueur. L'Office assure une surveillance des pratiques commerciales par la réception des demandes de renseignements et des plaintes des consommateurs, par la délivrance de permis d'exploitation, par des interventions judiciaires et par des activités d'enquête, d'inspection et de vérification

---

### SERVICES DIRECTS OFFERTS PAR L'OFFICE

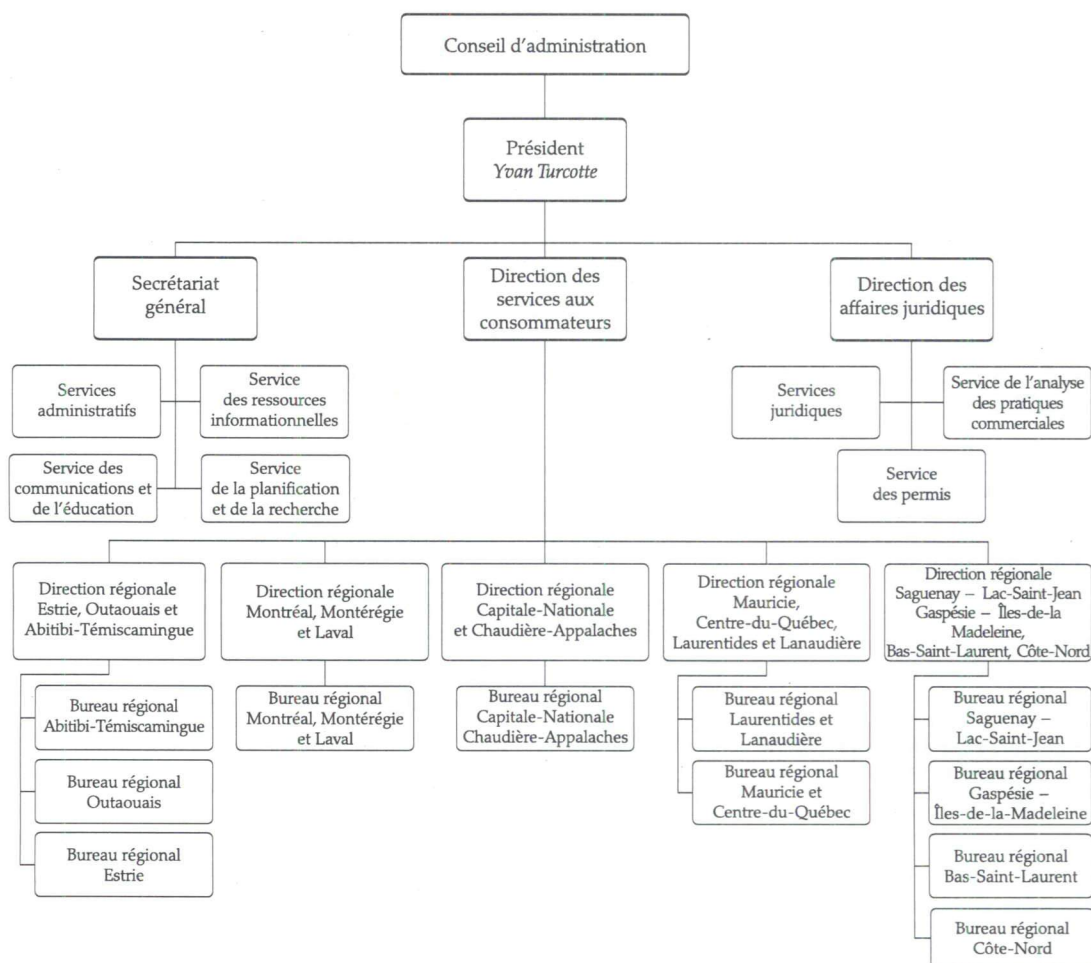
---

Renseignements individualisés aux consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 225 196 demandes de renseignements et plaintes.</li> <li>• Près de 60 % des demandes de renseignements concernent les secteurs suivants : automobile (17 %), biens personnels (15 %), organismes et entreprises (14 %), habitation (13 %).</li> <li>• 80 % des demandes de renseignements sont adressées à l'Office après l'achat d'un bien ou d'un service.</li> </ul>
Traitement des plaintes à l'égard d'un commerçant	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 250 plaintes formelles déposées à l'égard d'un commerçant.</li> <li>• Deux dossiers sur trois relatifs à des plaintes incluent une somme en litige.</li> <li>• 31 % des litiges se règlent à la suite de l'envoi d'une copie de la plainte au commerçant touché.</li> </ul>
Conciliation entre consommateurs et commerçants	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La conciliation permet de régler un litige de façon non judiciaire.</li> <li>• 1 822 conciliations ont été entreprises entre consommateurs et commerçants.</li> <li>• Plus de la moitié des conciliations réalisées se sont conclues par une entente à la satisfaction des parties.</li> </ul>
Délivrance de permis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 936 permis et exemptions.</li> <li>• Les secteurs pour lesquels l'Office délivre des permis sont les suivants : le commerce itinérant, les studios de santé, le prêt d'argent, les agences de recouvrement, la vente de garanties supplémentaires et les agences de voyages.</li> </ul>
Indemnisation des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 817 consommateurs indemnisés.</li> <li>• Plus de 80 % des indemnisations concernent les secteurs du voyage et du commerce itinérant.</li> <li>• L'indemnisation des consommateurs est prévue dans les secteurs où l'Office exige des garanties financières lors de la délivrance de permis.</li> </ul>

---

## La structure organisationnelle

Au 31 mars 2006, l'Office comptait 106 employés réguliers et occasionnels et disposait d'un effectif autorisé de 115 équivalents à temps complet (ETC). Pour l'exercice 2005-2006, le budget de dépenses de l'Office s'est élevé à 7,43 millions de dollars.



### Le conseil d'administration

L'Office est dirigé par un conseil d'administration, actuellement composé de huit membres nommés par le gouvernement, sous la présidence de monsieur Yvan Turcotte. En raison de leur formation, de leur expérience et de leur compétence, les membres du conseil assistent la haute direction de l'Office dans la définition des grandes orientations de l'organisme et contribuent à solutionner des problèmes dans le domaine de la consommation. Ils représentent plusieurs secteurs d'activité à travers les différentes régions du Québec. Le président de l'Office assume à la fois la présidence du conseil d'administration et la direction générale de l'organisme.

### *Le président et les membres du conseil d'administration*



Dans l'ordre habituel : René Rhéault, retraité et consultant bénévole en consommation ; Nathalie St-Pierre, chef de service – Environnement, Gaz Métro ; Jocelyne Lévesque, responsable de la formation pratique en sciences de la consommation, Université Laval ; Yvan Turcotte, président, Office de la protection du consommateur ; Pierre Couture, président, Agence de promotion et de gestion PCDV inc. ; Hélène Brasseur, directrice – Conformité fonds de placement, Fédération des Caisses Desjardins du Québec.

France Bergeron, avocate, Cain Lamarre Casgrain Wells et Jacques Elliott, consultant, étaient absents lors de la prise de photo.

Louise Rozon, qui a siégé au conseil d'administration de l'Office pendant plus de sept ans, a quitté ses fonctions d'administratrice au cours de l'année. L'Office tient à souligner sa grande contribution à la protection du consommateur.

### **Le comité de gestion**

Le comité de gestion est responsable de la gestion quotidienne des activités de l'Office et de son personnel. Ce faisant, il veille à la réalisation du Plan stratégique et du Plan d'action annuel de l'Office dans le respect des ressources allouées à l'organisme. De plus, il adopte et met en œuvre les politiques internes de l'Office. Il est composé du président de l'Office, du secrétaire général, de la directrice des affaires juridiques et du directeur des services aux consommateurs.

### *Le président et les directeurs de l'Office*



De gauche à droite : Gilles Angers, secrétaire général ; Nicole Papineau, directrice des affaires juridiques ; Léonard Fortin, directeur des services aux consommateurs ; Yvan Turcotte, président.

## Évolution du contexte et des enjeux

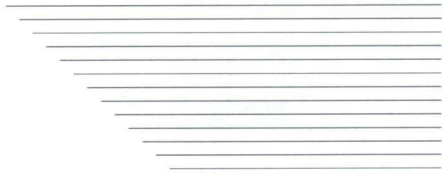
Créé en 1971, l'Office de la protection du consommateur est un organisme autonome dont la mission est de protéger les consommateurs québécois et de défendre leurs intérêts. Son intervention dans le marché vise à établir un meilleur équilibre dans les rapports entre les agents socioéconomiques et contribue à la création du climat de confiance nécessaire à la prospérité de la société québécoise. Sa mission s'inscrit dans les orientations et les priorités d'action gouvernementale.

Ce rôle de l'Office est d'autant plus important que l'on observe qu'en 2005, les consommateurs québécois ont dépensé plus de 165 milliards de dollars, contribuant ainsi à 60 % du produit intérieur brut du Québec. Si l'on tient compte de la mondialisation, de la libéralisation des échanges commerciaux et du développement de l'offre de produits et de services, il semble évident que le rôle de l'Office demeure essentiel en 2006 autant qu'en 1971. Cette pertinence de l'action de l'Office de la protection du consommateur a d'ailleurs été confirmée dans les conclusions du rapport du groupe de travail sur l'examen des organismes du gouvernement que la présidente du Conseil du trésor publiait en mai 2005.

S'il est vrai que le consommateur contemporain est mieux informé de ses droits, de ses responsabilités et de ses recours, et qu'il est mieux préparé à faire valoir ses droits, la relation entre le consommateur et l'entreprise se caractérise toujours par la disparité des connaissances. En effet, l'inégalité des ressources à la disposition des agents socioéconomiques, la complexité des contrats, la grande variété des biens et des services, la qualité de l'information fournie par l'entreprise, les méthodes de vente et les pressions constantes d'une société médiatisée limitent la capacité du consommateur à faire des choix pleinement éclairés. Pour pallier ce déséquilibre, l'action de l'Office se traduit par trois grandes fonctions : l'information et l'éducation des consommateurs, la surveillance du respect des lois sous sa responsabilité et la concertation entre les agents socioéconomiques.

Cette intervention quotidienne de l'Office requiert cependant une consolidation de l'organisme et de ses moyens. Ce renouvellement, qui vise à maintenir son efficacité dans un contexte de rareté des ressources, doit lui permettre d'asseoir son action sur une vision claire de son rôle, une législation évoluant avec les transformations du marché, une utilisation optimale de ses moyens d'intervention et un ensemble de ressources appropriées à l'importance de sa mission.

Pour ce faire, il met l'accent sur une participation accrue des agents socioéconomiques à la protection du consommateur, accroît ses activités de surveillance, modernise sa prestation de services et continue son travail d'actualisation de la législation sous sa responsabilité. Parallèlement, l'Office renouvelle sa main-d'œuvre et la prépare aux défis de demain par des gestes concrets de formation continue.



# Résultats de l'Office

## Plan stratégique 2005-2008

---

**Orientation stratégique :**  
**Consolider l'intervention de l'Office de la protection du consommateur**

---

---

**OBJECTIFS**

**CIBLES**

---

► **Axe d'intervention 1 : Participation des agents socioéconomiques à la protection des consommateurs**

---

Favoriser la concertation entre les agents socioéconomiques dans différents secteurs d'activité commerciale afin de maintenir l'efficacité du dispositif de protection.

Des partenariats seront conclus avec les agents socioéconomiques dans différents secteurs d'activité commerciale, d'ici 2008.

Poursuivre le développement de collaborations avec les agents socioéconomiques en matière de recherche, d'éducation et de promotion des droits des consommateurs afin de maintenir l'efficacité du dispositif de protection.

Des collaborations en recherche, en éducation, et en promotion des droits des consommateurs seront réalisées avec des agents socioéconomiques, d'ici 2008.

---

► **Axe d'intervention 2 : Modernisation des services d'information aux consommateurs**

---

Améliorer l'accessibilité de l'information mise à la disposition des consommateurs.

Un centre d'appels sera mis en service, d'ici 2006.

Le délai d'attente au téléphone sera inférieur à 3 minutes pour 100 % des consommateurs, d'ici 2008.

Une entente de services sera mise en œuvre avec Services Québec, d'ici 2007.

La fréquentation du site Internet de l'Office et de la Grappe de renseignements pour les consommateurs aura atteint un million de visites annuelles, d'ici 2008.

OBJECTIFS	CIBLES
<b>► Axe d'intervention 3 : Accentuation des activités de surveillance</b>	
Accroître les activités de surveillance, d'enquête, d'inspection et de vérification.	Le nombre d'activités de surveillance, d'enquête, d'inspection et de vérification augmentera de 20 %, d'ici 2008.
Renforcer l'efficacité du dispositif des permis.	L'ensemble des secteurs où les entreprises ont l'obligation d'être titulaires d'un permis d'exploitation de l'Office auront fait l'objet d'une vérification, d'ici 2008.  L'évaluation de l'opportunité d'implanter ou de compléter un dispositif de permis dans différents secteurs d'activité commerciale sera réalisée en collaboration avec les associations de consommateurs et de l'industrie, d'ici 2008.
<b>► Axe d'intervention 4 : Révision législative</b>	
Adapter le dispositif législatif et réglementaire administré par l'Office en fonction de l'évolution de l'environnement économique et du marché de la consommation.	Le dispositif législatif et réglementaire administré par l'Office est révisé sur une base continue.
<b>► Axe d'intervention 5 : Développement et planification de la main-d'œuvre</b>	
Assurer le renouvellement et le redéploiement du personnel afin de maintenir la capacité d'intervention et l'expertise de l'Office.	L'Office renouvelle et redéploie son personnel selon le Plan de gestion prévisionnelle de la main-d'œuvre 2005-2008.

## ► Axe d'intervention 1 Participation des agents socioéconomiques à la protection des consommateurs

Parmi les organismes publics œuvrant dans le domaine de la protection du consommateur, l'Office est sans doute le mieux connu des citoyens. Cependant, il n'est pas le seul à y travailler car d'autres organismes publics sont aussi responsables de la protection des consommateurs québécois. En même temps, d'autres agents socioéconomiques, notamment le mouvement associatif, ont un rôle important et déterminant dans la défense des intérêts des consommateurs. Les associations de l'industrie participent également à cette protection en sensibilisant leurs membres à l'importance d'adopter de saines pratiques commerciales. Le milieu universitaire, quant à lui, contribue par ses recherches à définir les enjeux en matière de consommation.

### **Objectif 1**

#### **Favoriser la concertation entre les agents socioéconomiques dans différents secteurs d'activité commerciale afin de maintenir l'efficacité du dispositif de protection.**

Pour le cycle stratégique 2005-2008, l'Office entend développer un partenariat avec ces agents socioéconomiques. En 2005-2006, l'Office a notamment travaillé avec les regroupements d'entreprises de certains secteurs. Ces commerçants, conscients qu'il est de leur intérêt de maintenir la confiance des consommateurs à leur endroit, acceptent de modifier certaines pratiques commerciales pouvant contribuer au développement et à la prospérité de leur secteur d'activité.

<b>CIBLE</b>	<b>INDICATEUR</b>	<b>RÉSULTAT 2005-2006</b>
Des partenariats seront conclus avec les agents socioéconomiques dans différents secteurs d'activité commerciale, d'ici 2008.	Nombre de partenariats.	Six projets d'engagement volontaire ont été signés. L'un dans le secteur de la vente d'automobiles d'occasion impliquant plus de 1 100 commerçants et cinq autres conclus par cinq commerçants dans le secteur du recouvrement de créances.

#### **COMMENTAIRES**

- En vertu de l'article 314 de la *Loi sur la protection du consommateur*, le président de l'Office peut accepter des engagements volontaires de la part des commerçants afin de régir les relations entre ces derniers et les consommateurs.
- Dans le secteur de la vente de véhicules d'occasion, plus de 1 100 commerçants ont signé un engagement volontaire découlant d'une démarche de concertation animée par l'Office et réunissant des représentants d'associations de consommateurs, de commerçants et de la Société de l'assurance automobile du Québec. Cet engagement prévoit un ensemble de règles de conduite portant sur la publicité et diverses autres pratiques et règles destinées à favoriser l'exercice honnête et compétent du commerce d'automobiles d'occasion.
- Dans le secteur du recouvrement de certaines créances, les cinq engagements volontaires ont été conclus avec cinq commerçants particuliers.

- De façon plus générale, l'Office favorise la création d'un partenariat dans différents secteurs d'intérêt pour les consommateurs. Il participe ainsi au Programme d'arbitrage pour les véhicules automobiles du Canada.

## **Objectif 2**

### **Poursuivre le développement de collaborations avec les agents socioéconomiques en matière de recherche, d'éducation, et de promotion des droits des consommateurs afin de maintenir l'efficacité du dispositif de protection.**

Face à l'étendue du dispositif et au nombre d'intervenants dans le domaine de la protection du consommateur, une action concertée s'avère une condition essentielle à une protection efficace des citoyens. L'Office considère opportun, dans ce contexte, de mettre en relation le mouvement associatif, les représentants de l'industrie, les universitaires ainsi que d'autres organismes publics œuvrant dans le domaine de la protection des consommateurs, afin d'ouvrir le dialogue sur leurs préoccupations et leurs besoins respectifs de même que de dégager une approche commune face aux problématiques en consommation. Le développement d'ententes de collaboration en matière de recherche, d'éducation, de promotion des droits des consommateurs constitue donc un objectif de première importance pour consolider les interventions de l'Office au cours des prochaines années.

<b>CIBLE</b>	<b>INDICATEUR</b>	<b>RÉSULTATS 2005-2006</b>
Des collaborations en recherche, en éducation, et en promotion des droits des consommateurs seront réalisées avec des agents socioéconomiques, d'ici 2008.	Nombre de collaborations réalisées.	<p>Collaboration avec des commerçants (107 rencontres de sensibilisation).</p> <p>Collaboration avec des relayeurs d'information (406 demandes d'information des médias traitées, 180 entrevues accordées).</p> <p>Collaboration avec des enseignants (6 outils éducatifs développés à l'intention des jeunes).</p> <p>Collaboration avec des associations de consommateurs (réalisation d'une semaine thématique sur l'endettement et le crédit, deux rencontres de concertation avec des représentants d'associations).</p> <p>Collaboration avec les milieux associatif et universitaire à la publication d'un ouvrage intitulé « Pour une réforme du droit de la consommation au Québec ». L'ouvrage présente un bilan du droit québécois de la consommation et des propositions de repositionnement de l'intervention publique en matière de consommation.</p>

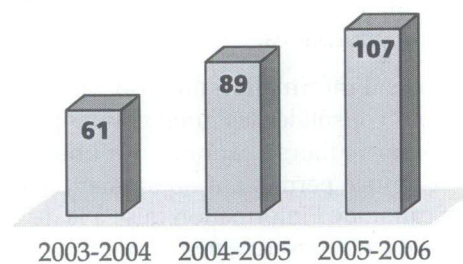
### **COMMENTAIRES**

- En 2005-2006, l'Office a poursuivi son action en matière d'éducation à la consommation auprès des jeunes : ainsi, six outils éducatifs ont été mis à la disposition des enseignants, pour sensibiliser les jeunes à différents sujets de consommation. Ils ont porté, notamment,

sur le téléphone cellulaire, la mondialisation et l'eau. En plus d'être validé par un comité consultatif constitué d'enseignants et d'experts en consommation, le matériel éducatif est testé en classe, ce qui permet son adaptation continue aux réalités vécues par les jeunes et à leurs préoccupations. Cette démarche porte fruit, comme en témoigne le fort taux de téléchargement de ce matériel.

- L'Office maintient une collaboration étroite avec les relayeurs d'information de la radio, de la télévision et de la presse écrite. L'Office participe régulièrement à deux émissions consacrées à la défense des droits des consommateurs : *La Facture* et *J.E.* Il collabore aussi avec différents magazines destinés à un large public, comme les magazines *Protégez-Vous*, *Coup de pouce* et *Entreprendre*.
- En 2005-2006, la collaboration avec les *Éditions Protégez-Vous* a permis la réalisation d'un encart sur l'évolution des comportements et des attitudes des consommateurs depuis 35 ans, encart publié dans *La Presse* et *Le Soleil* dans le cadre de la Journée mondiale des droits des consommateurs.
- L'Office a collaboré à la campagne d'information sur les dangers du surendettement organisée par la Coalition des associations de consommateurs. En 2005-2006, l'Office a également organisé deux rencontres de concertation avec des représentants des associations de consommateurs afin de mieux connaître leurs besoins et leurs attentes en regard de l'intervention de l'Office et de cibler les problématiques qui pourraient faire l'objet d'une action concertée.
- Les rencontres avec les commerçants visent à les sensibiliser aux problèmes rencontrés par les consommateurs ou à les inciter à adopter de saines pratiques commerciales. En 2005-2006, la majorité des commerçants rencontrés provenaient des secteurs du crédit et de l'habitation.

**Nombre de rencontres réalisées  
avec des commerçants en 2005-2006**



- Au printemps 2005, l'Office a mis en place un comité consultatif des agents de voyages regroupant des représentants de l'industrie, des associations de consommateurs et du gouvernement afin d'aborder les questions relatives aux activités des agents de voyages et de conseiller le ministre de la Justice à ce sujet.
- L'Office coordonne de plus en plus ses actions avec d'autres organismes gouvernementaux afin de s'assurer de la cohérence et de l'efficacité de ses activités d'information et de surveillance. Ainsi, les échanges d'information avec la Régie du bâtiment du Québec en 2005-2006 ont permis notamment de renforcer la surveillance du marché de la rénovation résidentielle. Les démarches auprès du Registraire des entreprises du Québec permettent, quant à elles, une mise à jour constante des dossiers des commerçants actifs.

- En 2005-2006, l'Office a collaboré étroitement avec le ministère de la Justice afin d'accroître le taux de maintien des chefs d'accusation dans les dossiers de poursuites pénales émanant de l'Office. Le comité conjoint a permis d'atteindre des résultats très satisfaisants, avec 76 % de taux de maintien des chefs d'accusation pour les six derniers mois de l'exercice.
- Par sa présence au sein du Comité interministériel sur le développement durable, l'Office a contribué à la stratégie gouvernementale en matière de développement durable. Il a entre autres fait valoir son point de vue au regard de la consommation responsable.
- Enfin, l'Office a également assuré une présence active au sein du Comité des mesures et des normes en matière de consommation dans le cadre de l'Accord sur le commerce intérieur.

## D Axe d'intervention 2 Modernisation des services aux consommateurs

### Objectif 3

#### Améliorer l'accessibilité de l'information mise à la disposition des consommateurs.

L'accès à une information pertinente et à jour représente un puissant facteur contribuant à favoriser l'autonomie du consommateur. La possibilité d'obtenir, de façon individualisée, de l'information répondant à des besoins précis ou à des situations spécifiques correspond très largement aux préférences des consommateurs. Le fait que l'Office traite annuellement plus de 225 000 demandes de renseignements et plaintes portant sur la protection du consommateur témoigne de ce besoin des citoyens de se faire orienter face à des situations particulières qu'ils doivent affronter et qui nécessitent une connaissance et une interprétation des lois. La popularité grandissante et soutenue du site Internet de l'Office au cours des dernières années confirme également que de plus en plus, le consommateur cherche à contrer le déséquilibre inhérent à sa relation avec le commerçant. Pour ce faire, il se tourne vers des instances qui lui présentent une information neutre, impartiale, fiable, compréhensible et à jour afin de pouvoir effectuer des choix éclairés.

La modernisation des services d'information aux consommateurs constitue donc un axe d'intervention important pour consolider les interventions de l'Office. À cette fin, l'Office prévoit agir sur trois plans particuliers : l'adoption d'une infrastructure technologique adaptée aux besoins de sa clientèle permettant notamment une accessibilité accrue au service téléphonique ; la bonification de l'information mise à la disposition des consommateurs sur le site Internet et la Grappe de renseignements pour les consommateurs et la mise en œuvre d'une entente avec Services Québec pour le traitement des appels de référence.

<b>CIBLES</b>	<b>INDICATEURS</b>	<b>RÉSULTATS 2005-2006</b>
Un centre d'appels sera mis en service, d'ici 2006.	Date de mise en œuvre du centre d'appels.	Le centre d'appels sera officiellement en service le 1 <sup>er</sup> avril 2006. La période d'essai, qui s'est déroulée en mars 2006, a donné des résultats encourageants.
Le délai d'attente au téléphone sera inférieur à 3 minutes pour 100 % des consommateurs, d'ici 2008.	Taux d'appels traités à l'intérieur du délai d'attente.	L'atteinte de cette cible sera mesurée à partir du 1 <sup>er</sup> avril 2006.

<b>CIBLES</b>	<b>INDICATEURS</b>	<b>RÉSULTATS 2005-2006</b>
Une entente de services sera mise en œuvre avec Services Québec, d'ici 2007.	Entente mise en œuvre.	La collaboration avec Services Québec a été amorcée et se poursuivra en 2006-2007.
La fréquentation du site Internet de l'Office et de la Grappe de renseignements pour les consommateurs aura atteint un million de visites annuelles, d'ici 2008.	Nombre de visites.	966 473 visites sur le site Internet de l'Office et la Grappe de renseignements pour les consommateurs.

### COMMENTAIRES

#### *Service téléphonique*

- La phase d'implantation du nouveau centre d'appels s'est déroulée entre le 14 mars et le 31 mars. Les ajustements nécessaires ont été apportés et la mise en service officielle aura lieu le 1<sup>er</sup> avril 2006.

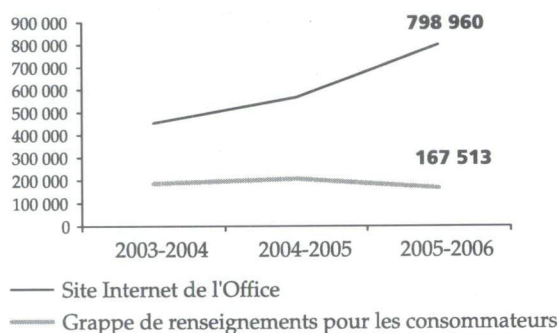
#### *Entente avec Services Québec*

- Des discussions ont eu lieu à l'automne 2005. Les démarches de collaboration se poursuivront en 2006-2007.
- La situation particulière de l'Office, concernant l'information qu'il offre au citoyen, explique pourquoi la conclusion d'une entente a été remise à une date ultérieure. En effet, 85 % des appels que Services Québec reçoit concernant la protection du consommateur doivent être dirigés vers l'Office, car ils ne constituent pas des appels dits de première ligne et exigent une connaissance approfondie et une interprétation experte des lois. De plus, seulement 6 % des appels reçus par l'Office sont destinés à d'autres ministères et organismes.

#### *Site Internet et Grappe de renseignements pour les consommateurs*

- La fréquentation du site Internet de l'Office a connu une augmentation de 41 % par rapport à 2004-2005. Cet achalandage représente près de 2 200 visites par jour, en moyenne.

### Nombre de visites sur le site Internet et la Grappe de renseignements pour les consommateurs

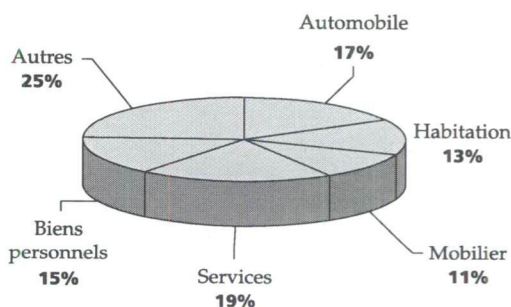


- La baisse de fréquentation de 20 % qu'a connue la Grappe de renseignements pour les consommateurs est due principalement au réaménagement du portail gouvernemental, qui ne permet plus l'accès aux guides électroniques à partir de la page d'accueil. Elle demeure néanmoins la troisième grappe la plus fréquentée. En 2005-2006, 22 nouveaux sujets de consommation y ont été ajoutés.
- Il est maintenant possible de consulter la date de validité d'un permis sur le Profil du commerçant. Cette nouvelle information s'ajoute au nombre de plaintes déposées à l'égard d'un commerçant, aux infractions pour lesquelles il a été déclaré coupable et à d'autres renseignements permettant au consommateur de faire un choix éclairé.
- En moyenne, 140 personnes par jour consultent le Profil du commerçant. Cet outil fournit de l'information sur 6 887 commerçants.
- Le téléchargement de matériel éducatif présenté à la section OPCjeunesse du site Internet a doublé en 2005-2006 pour se chiffrer à 17 654.

### Service de renseignements individualisés

L'Office offre un service de renseignements individualisés aux consommateurs qui désirent connaître leurs droits et leurs recours dans une situation particulière ou qui souhaitent recevoir l'avis d'un expert sur une transaction.

#### Répartition des demandes de renseignements par secteur de consommation



- 225 195 demandes de renseignements et plaintes ont été adressées à l'Office, soit 9 % de moins que l'année précédente. Cette situation s'explique principalement par la diminution du personnel affecté à cette tâche.
- 7 % des demandes de renseignements portent sur des plaintes à l'égard d'un commerçant.
- La majorité des demandes de renseignements adressées à l'Office, soit 80 %, font suite à l'achat d'un bien ou d'un service.

### Relations avec les médias

En plus des services directs qu'il offre, l'Office mise sur une présence soutenue dans les médias pour s'acquitter de son mandat d'information et d'éducation. Au chapitre des activités de communication et de relations publiques, l'Office est resté très actif avec plus de 1 000 interventions auprès des médias, dont une grande partie en région.

<b>INTERVENTIONS DANS LES MÉDIAS</b>	<b>2004-2005</b>	<b>2005-2006</b>
Communiqués de presse diffusés	60	94
Chroniques réalisées	294	327
Entrevues accordées	172	180
Renseignements fournis à des journalistes	538	406
Cyberchroniques	nd	18
<b>Total</b>	<b>1 064</b>	<b>1 025</b>

### COMMENTAIRES

- Tous les communiqués de presse diffusés par l'Office ont été repris dans les médias. Désirant mettre à profit ce succès auprès des relayeurs d'information, l'Office a diffusé 57 % plus de communiqués de presse en 2005-2006 que lors de l'exercice précédent. Sur les 94 communiqués transmis, 66 sont de portée régionale.
- Pour faciliter l'échange d'information avec les relayeurs, une nouvelle section appelée « Salle de presse » a été ajoutée au site Internet. Destinée spécifiquement aux relayeurs d'information, on y retrouve 18 cyberchroniques sur divers sujets en consommation.

## ► Axe d'intervention 3 Accentuation des activités de surveillance

### Objectif 4

#### Accroître les activités de surveillance, d'enquête, d'inspection et de vérification.

Les consommateurs québécois ont des attentes élevées quant au rôle que l'Office doit jouer en matière de surveillance des marchés. De plus, ils souhaitent que l'Office mette au jour les pratiques commerciales qui leur sont préjudiciables et que les commerçants fautifs soient sanctionnés. En 2005-2006, ils sont plus de 16 200 à avoir entrepris une démarche afin de porter plainte contre un commerçant, après qu'un agent de protection du consommateur eut évalué leur situation. De ce nombre, 6 250 ont porté plainte officiellement et la démarche a permis à de nombreux autres de solutionner leur problème.

Les consommateurs ne sont pas les seuls à réclamer un assainissement du marché ; les associations de commerçants demandent à l'Office d'accentuer ses activités d'inspection et d'enquête dans divers secteurs où les commerçants s'estiment lésés par d'autres qui

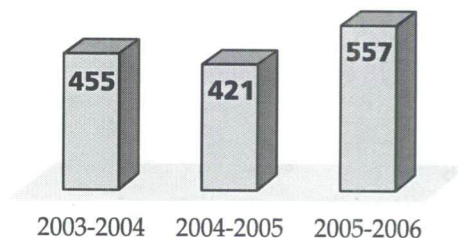
s'adonnent à des pratiques commerciales parfois douteuses, créant ainsi une concurrence déloyale. L'accroissement des activités de surveillance constitue donc une voie incontournable pour répondre aux attentes des consommateurs et des associations de commerçants.

<b>CIBLE</b>	<b>INDICATEUR</b>	<b>RÉSULTAT 2005-2006</b>
Le nombre d'activités de surveillance, d'enquête, d'inspection et de vérification augmentera de 20 %, d'ici 2008.	Taux d'augmentation des activités de surveillance, d'enquête, d'inspection et de vérification.	Augmentation de 32 % du nombre d'enquêtes et d'inspections par rapport à l'exercice 2004-2005.

#### **COMMENTAIRES**

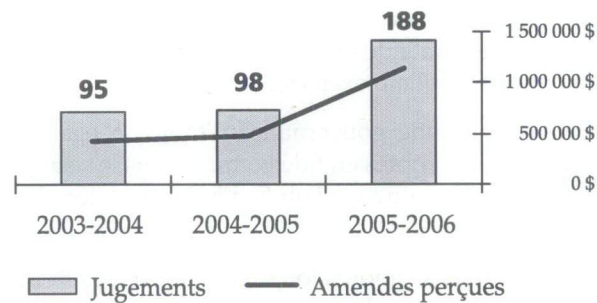
- En 2005-2006, les activités de surveillance ont été importantes dans les secteurs des agents de voyages (141), de l'indication et de l'exactitude des prix (141), de l'automobile (74) et des pratiques commerciales (57).
- La réalisation à l'été 2005 d'un projet étudiant visant à vérifier la conformité des pratiques de 98 commerçants de détail à l'égard de l'indication et de l'exactitude des prix a contribué à accroître le pourcentage des activités de surveillance.

#### **Nombre d'enquêtes réalisées par l'Office**



- 267 des 557 commerçants ayant fait l'objet d'une enquête de l'Office ont été trouvés fautifs.
- En 2005-2006, l'Office a mené 249 interventions juridiques envers des commerçants.
- Le nombre de jugements obtenus à la suite des poursuites pénales menées par l'Office est passé de 98 en 2004-2005 à 188 en 2005-2006.
- Parallèlement, les amendes ont presque triplé pour totaliser 1 147 398 \$.

### Nombre de jugements et valeur des amendes perçues par l'Office



#### Objectif 5

##### Renforcer l'efficacité du dispositif des permis.

L'exigence légale d'être titulaire d'un permis pour exploiter une entreprise commerciale, souvent assortie d'une obligation de cautionnement, représente une composante essentielle de la fonction de surveillance. Davantage de nature préventive, cette approche permet d'exercer un contrôle a priori, puisque la délivrance et le renouvellement du permis sont assortis de conditions dont le respect contribue à assurer la protection du consommateur. De plus, l'existence du cautionnement associé aux permis procure aux consommateurs une protection financière additionnelle dans les situations où l'entreprise ne peut respecter ses obligations ou ne le veut pas.

Lors des échanges qu'ils ont avec l'Office, les consommateurs se montrent souvent surpris, et déçus, d'apprendre que l'Office ne pourra révoquer le permis d'un commerçant parce que le type d'activité commerciale en cause n'est tout simplement pas couvert par l'exigence d'être titulaire d'un permis. Il apparaît approprié, dans ces conditions, de renforcer le dispositif des permis et de l'étendre, éventuellement, à d'autres secteurs d'activité commerciale.

CIBLES	INDICATEURS	RÉSULTATS 2005-2006
L'ensemble des secteurs où les entreprises ont l'obligation d'être titulaires d'un permis d'exploitation de l'Office auront fait l'objet d'une vérification, d'ici 2008.	Nombre de secteurs vérifiés.	Un programme de surveillance des opérations sans permis a été mis en œuvre dans les secteurs où l'Office délivre des permis. En 2005-2006, 31 commerçants du secteur des studios de santé qui n'étaient pas titulaires d'un permis ont fait l'objet d'une vérification.
L'évaluation de l'opportunité d'implanter ou de compléter un dispositif de permis dans différents secteurs d'activité commerciale sera réalisée en collaboration avec les associations de consommateurs et de l'industrie, d'ici 2008.	Évaluations réalisées.	Une évaluation de l'opportunité et de la pertinence de transférer de la Société de l'assurance automobile du Québec à l'Office la responsabilité de délivrer des licences de vente ou de recyclage de pièces de véhicules routiers a été amorcée.

**COMMENTAIRES**

- L'Office a mis en place, à l'automne 2005, un programme de surveillance des opérations sans permis visant tous les secteurs où l'organisme délivre des permis, afin d'identifier les commerçants qui exploitent une entreprise mais qui enfreignent l'obligation d'être titulaires d'un permis. Les résultats des vérifications dans le secteur des studios de santé seront connus au cours du prochain exercice.
- Dans une perspective de bonne gouvernance, l'Office a également poursuivi le programme de surveillance des comptes en fidéicommiss dans le secteur du voyage et a assuré le suivi de la capitalisation du nouveau Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages.
- Le secteur de la vente et de la location à long terme de véhicules automobiles est régi par l'Office. Cependant, la délivrance des permis pour cette activité commerciale ne relève pas de l'Office.
- L'Office de la protection du consommateur et la Société de l'assurance automobile du Québec ont amorcé l'évaluation de la possibilité et de la faisabilité de transférer à l'Office la responsabilité de délivrer des licences pour les commerçants et les recycleurs de véhicules automobiles d'occasion. Le groupe de travail doit également déterminer l'étendue d'un tel transfert et identifier l'ensemble des modalités pratiques de sa réalisation.

**Délivrance de permis**

L'Office délivre des permis dans plusieurs secteurs. Les revenus générés par cette activité ont totalisé près de 1,1 million de dollars en 2005-2006.

**NOMBRE DE PERMIS VALIDES EN 2005-2006**

Commerçants itinérants	1 070
Studios de santé	503
Prêteurs d'argent	86
Agents de recouvrement	94
Garanties supplémentaires	19
Agents de voyages	931

## ► Axe d'intervention 4 Révision législative

**Objectif 6**

**Adapter le dispositif législatif et réglementaire administré par l'Office en fonction de l'évolution de l'environnement économique et du marché de la consommation.**

Le marché de la consommation et l'environnement commercial ont évolué considérablement depuis l'adoption de la *Loi sur la protection du consommateur*, en 1971, et des autres lois sous la responsabilité de l'Office. Au fil des ans, certaines modifications ont été apportées au corpus législatif, à la suite de l'évolution des pratiques commerciales. Une importante jurisprudence s'est également constituée dans le domaine de la protection du consommateur et

influence l'interprétation des lois et des règlements en vigueur. Afin d'adapter son intervention à la transformation profonde de l'environnement commercial au cours des dernières décennies et à l'évolution des besoins des consommateurs, l'Office entend poursuivre, durant le cycle stratégique 2005-2008, le processus de révision continue de son dispositif législatif.

<b>CIBLE</b>	<b>INDICATEUR</b>	<b>RÉSULTATS 2005-2006</b>
Le dispositif législatif et réglementaire administré par l'Office est révisé sur une base continue.	Dispositions législatives et réglementaires modifiées.	<p>Un projet de Règlement modifiant le Règlement sur les agents de voyages a été prépublié à la <i>Gazette officielle</i> en août 2005.</p> <p>Un projet de décret étendant les dispositions d'un engagement volontaire dans le secteur de la vente d'automobiles a été prépublié à la <i>Gazette officielle</i> en décembre 2005.</p> <p>L'Office a mené une consultation auprès des universitaires, des associations de consommateurs et des entreprises afin d'identifier les problématiques pour lesquelles des ajustements législatifs sont jugés prioritaires.</p>

#### **COMMENTAIRES**

- L'Office a déposé un projet de règlement dans le secteur du voyage prévoyant, sous certaines conditions, des exemptions relatives à l'obligation de contribuer au Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages à l'égard des clients d'affaires, d'une représentation ou d'une organisation internationale. Ce projet a été prépublié à la *Gazette officielle*.

## **► Axe d'intervention 5 Développement et planification de la main-d'œuvre**

### **Objectif 7**

#### **Assurer le renouvellement et le redéploiement du personnel afin de maintenir la capacité d'intervention et l'expertise de l'Office.**

À l'instar de l'ensemble de l'administration publique, l'Office est interpellé par le vieillissement de son effectif et d'importants départs à la retraite dans les prochaines années. L'Office a évalué qu'environ 15 % de son personnel sera admissible à la retraite d'ici 2008 alors que 49 % de son effectif est âgé de plus de 50 ans. Il a donc jugé prioritaire d'établir une stratégie pour faire face aux défis démographiques. Aussi entend-il profiter des possibilités d'embauche pour rajeunir son effectif et accroître la représentativité des divers groupes de la société au sein de son personnel. Réalisant que ce rajeunissement de l'effectif profitera d'autant plus à l'organisme s'il est accompagné de mesures de transfert d'expertise et de connaissances, l'Office compte également favoriser la « formation réseau » afin que les

membres de son personnel qui travaillent sur des sujets connexes mettent en commun leur savoir. Toutes les mesures mises de l'avant en vue du renouvellement et du redéploiement de l'effectif seront regroupées dans le Plan pluriannuel de main-d'œuvre.

<b>CIBLE</b>	<b>INDICATEUR</b>	<b>RÉSULTAT 2005-2006</b>
L'Office renouvelle et redéploie son personnel selon le Plan de gestion prévisionnelle de la main-d'œuvre 2005-2008.	Mesures de renouvellement et de redéploiement appliquées.	L'Office a adopté un Plan pluriannuel de main-d'œuvre 2005-2008.

#### **COMMENTAIRES**

- Première étape du vaste projet de renouvellement et de redéploiement de la main-d'œuvre, le Plan pluriannuel de main-d'œuvre 2005-2008 orientera les priorités de l'Office concernant la formation et le développement de son effectif.
- Le plan identifie des mesures de renouvellement et de redéploiement qui seront mises en œuvre au cours des deux prochaines années. Il prévoit aussi le transfert de connaissances et d'expertise.

## Déclaration de services aux citoyens

La Déclaration de services aux citoyens et le Plan d'amélioration des services sont des documents par lesquels l'Office affirme la détermination et l'engagement de son personnel à offrir aux citoyens québécois un ensemble de services de haute qualité correspondant à leurs attentes et à leurs besoins.

Le 1<sup>er</sup> avril 2005, l'Office rendait publique une nouvelle version de sa déclaration, qui mettait l'accent, notamment, sur l'accessibilité des renseignements, les délais de traitement et la qualité des services. Considérant à la fois les attentes élevées des citoyens et la capacité de l'organisation à relever les défis, l'Office a ciblé, dans son Plan d'amélioration des services pour l'exercice 2005-2006, cinq engagements de sa Déclaration de services aux citoyens pour lesquels il considérait qu'une amélioration des résultats s'avérait nécessaire et prioritaire. Ces engagements portaient sur l'accessibilité du service téléphonique et les délais de réponse des différents services. Des améliorations ont été constatées quant au délai de réponse aux demandes de renseignements, l'Office ayant expédié une réponse en 3 jours pour 94,9 % des cas comparativement à 92 % en 2004-2005. Malgré les efforts déployés par le personnel de l'Office, les résultats obtenus en 2005-2006 au regard des autres engagements priorisés dans le plan ne constituent pas des progrès suffisants par rapport aux objectifs que l'Office s'était fixés.

### Accessibilité des services

Bien que le site Internet de l'Office soit de plus en plus fréquenté, la clientèle des services téléphoniques de l'Office a exprimé clairement, lors d'un sondage réalisé en mars 2005 par la firme de sondage SOM, qu'elle préférerait obtenir des renseignements par téléphone. Afin de favoriser l'accessibilité de son service téléphonique, l'Office mettra en service un nouveau centre d'appels.

Outre le service téléphonique de renseignements personnalisés, l'Office met aussi à la disposition de sa clientèle des capsules d'information. Les consommateurs peuvent circuler librement dans ce système et obtenir en tout temps de l'information sur les secteurs de l'automobile, de l'habitation, des services, de même que sur leurs droits et leurs recours. Par ailleurs, un système de réponse vocale interactive permet de rediriger les appels qui ne concernent pas les champs d'activité de l'Office vers d'autres organismes.

Présent sur l'ensemble du territoire du Québec avec ses onze bureaux régionaux, l'Office prend l'engagement spécifique d'assurer l'accessibilité des lieux aux personnes handicapées. Le personnel utilise un langage clair et tient compte, dans ses communications, des particularités des personnes ayant des incapacités. Aucune plainte de la part de personnes handicapées n'a été déposée à cet effet en 2005-2006.

### RÉSULTATS CONCERNANT L'ACCESSIBILITÉ DES SERVICES

ENGAGEMENTS	2004-2005	2005-2006
<b>Site Internet</b>		
Rendre disponible en tout temps le site Internet de l'Office.	100 %	100 %
<b>Bureaux régionaux</b>		
Offrir au public un service au comptoir les lundi, mardi, mercredi et vendredi de 8 h 30 à 12 h et de 13 h à 16 h 30. Le jeudi, offrir au public un service au comptoir de 9 h 30 à 12 h et de 13 h à 16 h 30.	95,1 %	95,0 %
<b>Service téléphonique</b>		
Offrir un service personnalisé de réponse téléphonique ininterrompue, du lundi au vendredi, de 8 h 30 à 16 h 30.	99,4 %	99,4 %
Répondre sans délai à 70 % des appels téléphoniques effectués auprès des services de renseignements de l'Office.	nd	50,6 %
S'assurer, en tout temps, du fonctionnement d'un système téléphonique de réponses vocales interactives.	100 %	100 %

### COMMENTAIRES

- En 2005-2006, 84 % des consommateurs qui ont appelé à l'Office ont obtenu une réponse. La moitié d'entre eux y sont parvenus dès leur première tentative.
- Afin de faciliter l'accessibilité de ses services téléphoniques et d'améliorer sa prestation auprès de sa clientèle, l'Office a fait l'acquisition d'un centre d'appels et effectué une migration de la téléphonie traditionnelle vers la technologie IP (*Internet Protocol*). L'achat du centre d'appels a été possible grâce à la baisse des coûts des équipements ainsi qu'aux économies générées au regard des frais d'interurbain.
- Les résultats obtenus lors des journées d'essais du nouveau centre d'appels tenus en mars 2006 ont été concluants et permettent d'envisager une nette amélioration de la situation pour 2006-2007.

## Délai de traitement

L'Office a comme mandats de recevoir les plaintes des consommateurs, de renseigner la population en ce qui a trait à la protection du consommateur et de délivrer des permis aux commerçants dans certains secteurs sous la responsabilité de l'Office. Afin de s'acquitter de ces mandats de la façon la plus prompte possible auprès de sa clientèle, l'Office s'est fixé des cibles précises quant au délai de traitement lié à ses différents services.

Parmi les modifications apportées à la Déclaration de services aux citoyens entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2005, une a trait à l'efficacité dans la délivrance des permis. Le délai de traitement des demandes de permis a ainsi été réduit de 20 jours en 2004-2005 à 12 jours en 2005-2006. Par ailleurs, l'Office a cru bon d'uniformiser la cible dans le traitement des demandes d'information, peu importe le moyen de communication utilisé.

### RÉSULTATS CONCERNANT LE DÉLAI DE TRAITEMENT

ENGAGEMENTS	CIBLES	2004-2005	2005-2006
<b>Demandes d'information</b>			
Expédier une réponse personnalisée aux demandes d'information reçues par la poste, par télécopieur ou au moyen du site Internet dans un délai de trois jours ouvrables suivant leur réception.	3 jours	92,0 % <sup>1</sup>	94,9 %
<b>Plainte concernant un commerçant</b>			
Amorcer l'analyse du dossier de plainte à l'endroit d'un commerçant et expédier un accusé de réception au consommateur dans un délai de deux jours ouvrables de la réception d'une plainte écrite dûment déposée.	2 jours	96,3 %	96,0 %
Effectuer le traitement complet d'une plainte dans un délai de 30 jours ouvrables.	30 jours	85,0 %	81,0 %
<b>Permis</b>			
Délivrer le permis approprié, dans un délai de 12 jours ouvrables, à tout commerçant en règle qui respecte les exigences et la procédure de demande.	12 jours	nd*	79,9 %

1. Cette donnée n'inclut pas les demandes reçues par l'entremise du site Internet.

\* L'engagement pour l'exercice 2004-2005 étant différent, les données ne sont pas disponibles.

### COMMENTAIRES

- 1 937 demandes de permis ont été traitées en 2005-2006, ce qui représente une augmentation de 26 % par rapport à l'exercice précédent. Les premières demandes, qui nécessitent une analyse plus approfondie, ont augmenté de 119 à 321. Ces augmentations, conjuguées au resserrement de l'engagement concernant le délai de traitement des demandes, expliquent le résultat obtenu. En 2004-2005, 94,2 % des permis étaient délivrés dans un délai de 20 jours ouvrables.

- Alors que 81 % des dossiers de plainte sont traités dans le délai prescrit de 30 jours, il est à souligner que plus de la moitié (53,2 %) des dossiers le sont dans un délai de 21 jours ou moins.
- Le délai de traitement moyen d'une plainte est passé de 23 jours en 2004-2005 à 26 jours en 2005-2006. Une baisse de l'effectif affecté à cette tâche explique en partie ce résultat.

## Qualité des services

L'Office a déployé des efforts considérables en vue d'améliorer la qualité des services qu'il offre à sa clientèle. Afin de connaître la satisfaction de cette dernière, il s'engage à la consulter périodiquement et à traiter de façon adéquate les plaintes et les commentaires qui lui sont adressés. L'Office tient compte de ces résultats lorsqu'il établit ses priorités d'amélioration des services.

### RÉSULTATS CONCERNANT LA QUALITÉ DES SERVICES

ENGAGEMENTS	2004-2005	2005-2006
<b>Qualité des renseignements</b>		
Évaluer systématiquement la qualité des renseignements fournis à la clientèle par le personnel de l'Office.	Oui	Oui
<b>Consultation de la clientèle de l'Office</b>		
Consulter périodiquement les citoyens au sujet de la pertinence de l'offre de services de l'Office.	Oui	Non
Mesurer périodiquement le degré de satisfaction de la clientèle de l'Office en ce qui a trait à la qualité des services offerts.	Oui	Non

### COMMENTAIRES

- L'Office a instauré, en 2005-2006, un programme de contrôle de la qualité des renseignements fournis par les agents de protection du consommateur. Les critères analysés comprennent, entre autres, l'accueil, l'écoute et l'analyse, le degré d'exactitude des explications et des réponses ainsi que la courtoisie et l'empathie.
- La dernière consultation auprès de la clientèle des services téléphoniques de l'Office, portant sur sa satisfaction et ses attentes envers les activités et les services de l'Office, remonte au mois de mars 2005. Les répondants, dans une proportion de 95 %, s'étaient alors déclarés très ou assez satisfaits des services qu'ils ont obtenus lors de leur appel téléphonique.

## Plaintes concernant les services de l'Office

L'Office a pris l'engagement de répondre dans un délai de 15 jours ouvrables aux plaintes des citoyens concernant les services qu'il offre. Aucune plainte n'a été déposée à l'Office en 2005-2006. Par contre, le Cabinet du ministre de la Justice a reçu une plainte concernant les services de

l'Office. Pour sa part, le Protecteur du citoyen a ouvert 32 dossiers de plaintes sur l'Office et en a conclu que cinq d'entre elles étaient fondées. Toutes avaient trait à l'accessibilité au service téléphonique. Pour l'année 2004-2005, neuf plaintes avaient été considérées comme fondées.

Soucieux de traiter les plaintes de façon rigoureuse, l'Office a retenu les orientations proposées par le Protecteur du citoyen et a mis en service, le 31 mars 2006, le Bureau de la qualité des services. Ainsi, il sera plus facile pour un citoyen ou un commerçant de formuler une plainte ou un commentaire sur la qualité des services de l'Office, car ils pourront s'adresser directement à ce bureau par l'entremise d'un formulaire disponible sur le site Internet de l'Office, par téléphone, par courrier ou par courriel.



## Exigences gouvernementales

### Suivi des recommandations du Vérificateur général du Québec

Le 5 juin 2002, le Vérificateur général du Québec publiait, dans son rapport à l'Assemblée nationale, les conclusions de son étude d'optimisation des ressources de l'Office de la protection du consommateur. Les recommandations formulées portaient notamment sur l'information de gestion, les services aux consommateurs, les interventions auprès des commerçants et les activités de surveillance. Depuis, l'Office a déployé des efforts importants pour donner suite à ces recommandations, par exemple en utilisant le Plan d'amélioration des services pour mettre l'accent sur les aspects les plus importants des mesures.

En 2005-2006, le Vérificateur général a effectué un suivi afin d'évaluer le respect de ses recommandations par l'Office. Il a conclu que les 27 recommandations formulées dans son rapport de 2002 ont toutes suscité des gestes concrets et que 85 % d'entre elles ont été complètement appliquées ou présentent des progrès jugés satisfaisants. Ce résultat est d'autant plus remarquable que le Vérificateur général constatait, dans son Rapport annuel de gestion 2004-2005, que seulement 46 % des recommandations émises dans ses études d'optimisation avaient été appliquées ou avaient donné lieu à des progrès satisfaisants.

Essentiellement, l'Office a apporté plusieurs changements concernant le traitement des demandes de renseignements et de plaintes. Le Vérificateur général a également constaté que les comptes en fidéicomis sont soumis à davantage de vérifications et que la reddition de comptes est plus complète.

### Protection des renseignements personnels et accès à l'information

L'Office accorde une attention soutenue aux règles qui touchent la confidentialité des renseignements personnels et à l'accès à l'information, que ce soit pour les renseignements concernant son personnel, ceux de sa clientèle ou lors des activités de surveillance. Les droits d'accès aux fichiers informatiques sont accordés de façon rigoureuse et révisés au moins une fois l'an, en particulier dans les systèmes des plaintes des consommateurs et des permis des commerçants.

L'Office rend compte de ses activités en matière de sécurité dans le bilan annuel transmis au Secrétariat du Conseil du trésor. Aucune violation et aucun incident concernant la confidentialité n'ont été constatés durant l'année.

En 2005-2006, l'Office a traité 31 demandes d'accès à l'information, conformément aux dispositions de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* (L.R.Q., c. A-2.1), ainsi que quatre demandes d'organismes publics. Les demandes d'accès à l'information ont été déposées par des consommateurs, des commerçants ou leurs avocats, des organismes à but non lucratif et des journalistes. Par ailleurs, 91,4 % de ces demandes ont été traitées dans le délai prescrit par la loi. Aucune plainte n'a été reçue au sujet du traitement des demandes d'accès et aucune demande de révision n'a été portée devant la Commission d'accès à l'information.

NATURE DES DEMANDES D'ACCÈS À L'INFORMATION	2005-2006
Dossiers de plaintes envers un commerçant	18
Permis délivrés par l'Office	6
Décisions rendues par l'Office	5
Autres documents	2
<b>Total</b>	<b>31</b>

## Égalité en emploi

En vertu de la *Loi sur l'administration publique*, le Secrétariat du Conseil du trésor doit mettre en œuvre des programmes d'accès à l'égalité en vue de corriger la situation des personnes faisant partie de groupes cibles. Ces mesures touchent quatre groupes distincts : les membres des communautés culturelles, les autochtones, les anglophones et les personnes handicapées. En 2005-2006, l'Office dépasse la cible gouvernementale de représentativité des groupes cibles, fixée à 9 %, avec 11 % de son personnel régulier et occasionnel membre d'un groupe cible et il atteint la cible gouvernementale d'embauche, fixée à 25 %, pour son personnel régulier et occasionnel.

### **MEMBRE DES COMMUNAUTÉS CULTURELLES, ANGLOPHONES, AUTOCHTONES, PERSONNES HANDICAPÉES**

	NOMBRE DE PERSONNES EMBAUCHÉES	TAUX D'EMBAUCHE*	REPRÉSENTATIVITÉ**
Communautés culturelles	1/4	25 %	6 %
Anglophones	0	0	2 %
Autochtones	0	0	1 %
Personnes handicapées	0	0	2 %
<b>Cible</b>	—	<b>25 %</b>	<b>9 %</b>
<b>Total groupes cibles</b>	<b>1/4</b>	<b>25 %</b>	<b>11 %</b>

\* Le taux d'embauche inclut le personnel régulier et occasionnel, mais exclut les stagiaires et les étudiants. Si les huit étudiants embauchés par l'Office en 2005-2006 étaient pris en compte dans les statistiques, le taux d'embauche pour les membres de groupes cibles serait de 17 %.

\*\* La représentativité est calculée à partir des employés réguliers et occasionnels (106 au total).

## Politique linguistique

Conformément à la Politique gouvernementale relative à l'emploi et à la qualité de la langue française dans l'administration publique, l'Office a adopté une politique linguistique en novembre 1998. En mai 2005, une nouvelle version de la Politique linguistique a été approuvée par le comité de gestion.

## Éthique et déontologie

Le Code d'éthique et de déontologie de l'Office a été adopté en novembre 1998. Tous les gestionnaires de l'Office doivent s'assurer du respect de ce code. Cette année, aucun manquement au code n'a été signalé.





# Ressources de l'Office

## Ressources humaines

### Personnel de l'Office

Au 31 mars 2006, l'effectif autorisé de l'Office était de 115 ETC. Ce dernier est réparti à 58 % dans les bureaux administratifs de l'Office, situés à Montréal et à Québec et à 42 % dans les onze bureaux régionaux, répartis partout sur le territoire du Québec. À cette même date, l'Office comptait 106 employés, dont 93 % réguliers et 7 % occasionnels.

#### **RÉPARTITION DE L'EFFECTIF AUTORISÉ (115 ETC)**

BUREAUX RÉGIONAUX	PERSONNEL (EN ETC)	BUREAUX ADMINISTRATIFS	PERSONNEL (EN ETC)
Sherbrooke	3	Québec	41
Rouyn-Noranda	2	Montréal	26
Gatineau	4	<b>Total</b>	<b>67</b>
Saint-Jérôme	3		
Sept-Îles	1		
Rimouski	1		
Gaspé	1		
Jonquière	6		
Trois-Rivières	4		
Montréal	16		
Québec	7		
<b>Total</b>	<b>48</b>		

**REPRÉSENTATIVITÉ DES CATÉGORIES D'EMPLOI (106 EMPLOYÉS)**

CATÉGORIES D'EMPLOI	NOMBRE D'EMPLOYÉS	POURCENTAGE
Cadres et hors cadres	8	7,5 %
Professionnels	30	28,4 %
Fonctionnaires	68	64,1 %
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100 %</b>

**Recrutement des jeunes de moins de 35 ans**

L'Office a contribué à l'orientation gouvernementale de rajeunissement de la fonction publique en 2005-2006, notamment en embauchant des jeunes de moins de 35 ans pour combler ses postes réguliers et occasionnels. En effet, sur les quatre personnes embauchées, trois étaient âgées de moins de 35 ans. L'Office a donc atteint la cible gouvernementale d'un taux d'embauche de 75 % de jeunes de moins de 35 ans pour 2005-2006. En plus du personnel régulier et occasionnel, l'Office a engagé 8 étudiants en 2005-2006, tous âgés de moins de 35 ans.

**REPRÉSENTATIVITÉ DES JEUNES DE MOINS DE 35 ANS**

	2003-2004	2004-2005	2005-2006
Nombre de jeunes de moins de 35 ans par rapport à l'effectif total (personnel régulier et personnel occasionnel)	8 %	9 %	8 %

- La représentativité des jeunes par rapport au personnel régulier et occasionnel a diminué de 1 % en 2005-2006 pour se chiffrer à 8 %, malgré le taux d'embauche de 75 % de jeunes de moins de 35 ans pour le personnel occasionnel et régulier.

**Formation**

En 2005-2006, l'Office a consacré 34 120 \$ à la formation et au développement du personnel, ce qui représente une augmentation de 5,4 % par rapport aux dépenses de l'exercice précédent. Avec 1,38 % de la masse salariale investie dans les activités de développement du personnel, l'Office dépasse donc la cible gouvernementale en ce domaine, fixée à 1 %. Bien qu'il y ait eu moins de jours de formation qu'en 2004-2005, 104 personnes, représentant 91 % de l'effectif en poste au cours de l'année, ont participé à au moins une activité de formation, ce qui constitue une augmentation par rapport à l'exercice précédent.

	2003-2004	2004-2005	2005-2006
Pourcentage du personnel ayant participé à au moins une activité de formation (par rapport au personnel en poste)	68 %	83 %	91 %
Nombre de jours de formation	278	288	233

Exceptionnellement cette année, la formation offerte au personnel a été orientée principalement vers les secteurs informatique et bureautique. La mise en service du nouveau centre d'appels nécessitait l'acquisition de nouvelles connaissances pour tout le personnel, ce qui explique l'importance de ce poste de dépenses en formation.

DOMAINES DE FORMATION	POURCENTAGE DES DÉPENSES
Informatique et bureautique	63 %
Administration	11 %
Développement personnel	10 %
Communication	6 %
Protection des consommateurs	5 %
Autre	5 %

## Santé et conditions de travail

Afin d'améliorer la qualité de vie au travail, l'Office offre, aux employés qui le désirent, des services professionnels d'aide à la personne. L'Office a consacré 2 900 \$ pour ces services en 2005-2006, soit le même montant que l'année précédente.

Deux griefs ont été déposés au cours de l'exercice. L'un d'eux concerne la carte d'accès aux aires de travail. L'autre a trait à l'entente de prolongation de la convention collective des juristes de l'État.

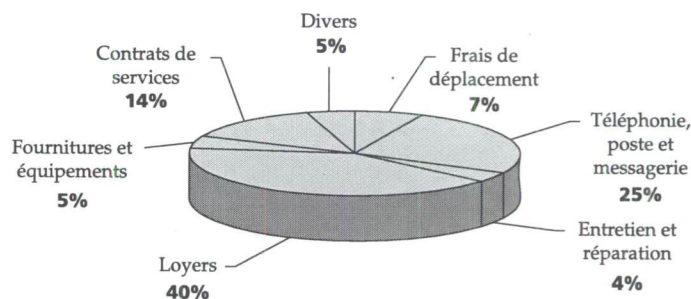
## Ressources financières

L'Office disposait d'un budget de dépenses de 7,43 millions de dollars en 2005-2006. L'Office a respecté son enveloppe budgétaire et a terminé son exercice financier sans déficit. Une grande partie des dépenses, soit 78 %, est utilisée pour la rémunération du personnel.

	2004-2005	2005-2006	
	RÉEL	RÉEL	PART DU BUDGET
Rémunération	5 952 443 \$	5 796 737 \$	78,01 %
Fonctionnement	1 517 826 \$	1 605 302 \$	21,60 %
Immobilisations	96 711 \$	27 600 \$	0,37 %
Prêts, placements et avances	1 392 \$	1 381 \$	0,02 %
<b>Total</b>	<b>7 568 372 \$</b>	<b>7 431 020 \$</b>	<b>100 %</b>
Transferts	0	0	
Amortissement	90 387 \$	80 384 \$	

La différence budgétaire entre les années 2004-2005 et 2005-2006 s'explique notamment par un report des crédits de l'exercice 2004-2005 d'une somme de 27 900 \$, un gel des crédits de 136 859 \$ liés à la hausse salariale des juristes de l'État, crédits qui ont été remboursés par le ministère de la Justice, et une compression de 100 000 \$ représentant la contribution de l'Office à la réduction de la taille de l'État.

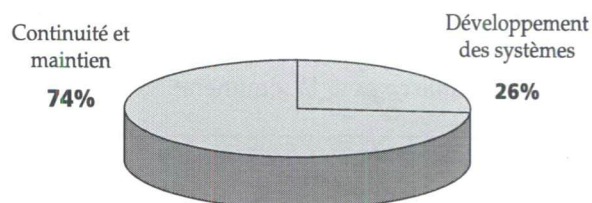
### Répartition des dépenses de fonctionnement



## Ressources informationnelles

En 2005-2006, l'Office a consacré 597 100 \$ au soutien de ses ressources informationnelles. Ce poste de dépenses inclut l'administration, l'exploitation, l'entretien et l'amélioration continue de l'infrastructure technologique et des systèmes de gestion, ainsi que des développements informatiques.

### Répartition des dépenses en ressources informationnelles



Pour la période 2005-2006, l'Office a poursuivi l'amélioration continue de ses méthodes de travail en optimisant l'utilisation des technologies de l'information. Pour ce faire,

- il a acquis et implanté une infrastructure technologique pour recevoir la téléphonie IP, incluant un logiciel de centre d'appels pour mieux gérer les demandes de renseignements des consommateurs et y répondre ;
- il a procédé au rehaussement des liens de télécommunication entre les régions ;
- il a effectué une mise à niveau majeure de son infrastructure technologique.



Office de la protection  
**du consommateur**

**Les annexes**



## Annexe I

---

# Lois sous la responsabilité de l'Office

---

La présente annexe regroupe les lois dont l'application est confiée à l'Office de la protection du consommateur.

### *Loi sur la protection du consommateur (L.R.Q., c. P-40.1)*

Cette loi a pour objet de protéger la population québécoise dans de nombreux secteurs de consommation. Elle établit une garantie fondamentale sur tous les biens et services offerts aux consommateurs. Elle régit l'ensemble des contrats conclus entre ces derniers et les commerçants, et elle établit des régimes particuliers de protection pour les contrats conclus par le commerce itinérant, les contrats à crédit, la vente d'automobiles et de motocyclettes d'occasion, la réparation d'automobiles, de motocyclettes et d'appareils domestiques, le louage de services à exécution successive, tel l'abonnement à un studio de santé, et, enfin, la location à long terme de biens.

Cette loi détermine des catégories de commerces dont l'exploitation nécessite l'obtention d'un permis. Elle interdit aux commerçants, aux fabricants et aux publicitaires certaines pratiques qui pourraient induire en erreur les consommateurs. Dans certaines circonstances, elle oblige les commerçants à déposer, dans des comptes en fidéicommis, les sommes d'argent perçues auprès des consommateurs. Enfin, en plus de prévoir des sanctions pénales pour le non-respect de la loi, elle précise les recours que les consommateurs peuvent exercer lorsque les commerçants, les fabricants ou les publicitaires y contreviennent.

### *Loi sur les agents de voyages (L.R.Q., c. A-10)*

Cette loi a pour objet, d'une part, d'assurer que les personnes qui travaillent dans ce domaine respectent les règles de conduite et, d'autre part, de protéger les consommateurs lors de la fermeture d'une agence. Les agents de voyages, détaillants ou grossistes, doivent être titulaires d'un permis et déposer en fiducie l'argent de leurs clients jusqu'à ce que les services soient payés au fournisseur. Ils ont également l'obligation de fournir un cautionnement individuel proportionnel à leur chiffre d'affaires. Les clients des agents de voyages détaillants du Québec sont tenus de contribuer au Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages dont l'Office est responsable de la gestion.

### *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture (L.R.Q., c. A-23.001)*

Cette loi a principalement pour objet d'assurer la protection des sommes versées par les acheteurs des arrangements préalables en intégrant la notion d'indexation au coût de la vie. Elle prévoit, notamment, l'obligation pour les directeurs de funérailles de déposer en fiducie 90 % du prix des biens et services qui seront fournis au moment du décès.

*Loi sur le recouvrement de certaines créances (L.R.Q., c. R-2.2)*

Cette loi établit des règles de conduite pour quiconque recouvre une créance. Elle fixe aussi des normes de comportement pour les personnes qui recouvrent une créance pour autrui. Ces dernières doivent être titulaires d'un permis délivré par l'Office et verser un cautionnement qui sert à indemniser les personnes lésées par un manquement à la loi ou à payer des amendes.

## Annexe II

# Quelques statistiques concernant les activités de l'Office

### Enquêtes, interventions juridiques et amendes par secteur

SECTEURS	ENQUÊTES			INTERVENTIONS JURIDIQUES			AMENDES	
	2004-2005	2005-2006	%	2004-2005	2005-2006	%	2004-2005	2005-2006
Agents de voyages	64	141	25 %	12	29	12 %	170 070 \$	541 370 \$
Arrangements préalables de services funéraires et de sépulture	8	22	4 %	0	8	3 %	11 635 \$	47 075 \$
Automobile	149	74	13 %	6	28	11 %	31 194 \$	63 160 \$
Commerce itinérant	39	28	5 %	12	20	8 %	47 831 \$	69 275 \$
Crédit	11	15	3 %	0	6	2 %	0 \$	50 004 \$
Exécution successive et studios de santé	63	41	8 %	92	32	13 %	25 082 \$	120 351 \$
Fiducie	2	1	–	4	0	–	35 043 \$	1 644 \$
Garanties	1	7	1 %	8	25	10 %	12 933 \$	46 865 \$
Pratiques de commerce	52	198	36 %	53	84	34 %	78 349 \$	176 380 \$
Recouvrement de créances	20	17	3 %	59	17	7 %	17 073 \$	7 020 \$
Vente par correspondance	0	0	–	0	0	–	0 \$	24 254 \$
Autres	12	13	2 %	4	0	–	48 022 \$	0 \$
<b>Total</b>	<b>421</b>	<b>557</b>	<b>100 %</b>	<b>250</b>	<b>249</b>	<b>100 %</b>	<b>477 232 \$</b>	<b>1 147 398 \$</b>

## Demandes de renseignements et plaintes par secteur de consommation

CATÉGORIES	DOMAINES DE RENSEIGNEMENTS	DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS	PART DU TOTAL %	FORMULAIRES DE PLAINTES ENVOYÉS
Automobile	Achat neuf	5 006	2,22 %	320
	Achat usagé	19 824	8,80 %	1 360
	Réparation	7 342	3,26 %	980
	Biens et services relatifs à l'automobile	6 248	2,78 %	259
	<b>Total catégorie 2005-2006</b>	<b>38 420</b>	<b>17,06 %</b>	<b>2 919</b>
	<b>Total catégorie 2004-2005</b>	<b>43 003</b>	<b>17,45 %</b>	<b>2 838</b>
Habitation	Achat d'immeuble neuf	1 090	0,48 %	20
	Achat d'immeuble usagé	2 214	0,98 %	7
	Rénovation	6 280	2,79 %	690
	Location	1 099	0,49 %	13
	Énergie	5 672	2,52 %	759
	Biens et services liés à l'habitation	13 809	6,13 %	1 524
	<b>Total catégorie 2005-2006</b>	<b>30 164</b>	<b>13,39 %</b>	<b>3 013</b>
	<b>Total catégorie 2004-2005</b>	<b>32 239</b>	<b>13,08 %</b>	<b>2 708</b>
Mobilier	Meubles	8 571	3,80 %	1 358
	Achats d'électroménagers	4 658	2,07 %	619
	Réparations d'électroménagers	1 139	0,51 %	207
	Audiovisuel	4 003	1,78 %	620
	Ordinateurs	4 138	1,84 %	497
	Autres	1 535	0,68 %	209
	<b>Total catégorie 2005-2006</b>	<b>24 044</b>	<b>10,68 %</b>	<b>3 510</b>
	<b>Total catégorie 2004-2005</b>	<b>23 861</b>	<b>9,68 %</b>	<b>3 342</b>
Services financiers	Assurances générales et personnelles	2 187	0,97 %	33
	Garanties supplémentaires pour automobiles	641	0,28 %	29
	Location à long terme	5 626	2,50 %	448
	Recouvrement	6 550	2,91 %	827
	Crédit	7 729	3,43 %	555
	Autres	1 936	0,86 %	62
	<b>Total catégorie 2005-2006</b>	<b>24 669</b>	<b>10,95 %</b>	<b>1 954</b>
	<b>Total catégorie 2004-2005</b>	<b>27 721</b>	<b>11,25 %</b>	<b>2 719</b>
Services personnels	Agences (rencontres, placement)	379	0,17 %	30
	Enseignement général	6 658	2,96 %	553
	Services funéraires	697	0,31 %	20
	Services professionnels	2 766	1,23 %	45
	Tourisme et voyages	5 867	2,60 %	364
	Enseignement studios de santé	2 636	1,17 %	176
	<b>Total catégorie 2005-2006</b>	<b>19 003</b>	<b>8,44 %</b>	<b>1 188</b>
	<b>Total catégorie 2004-2005</b>	<b>20 503</b>	<b>8,32 %</b>	<b>1 381</b>

CATÉGORIES	DOMAINES DE RENSEIGNEMENTS	DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS	PART DU TOTAL %	FORMULAIRES DE PLAINTES ENVOYÉS
Organismes et entreprises	Office de la protection du consommateur	6 082	2,70 %	0
	Autres organismes et ministères	4 037	1,79 %	15
	Profil du commerçant	18 913	8,40 %	0
	Occasion d'affaires et vente à paliers multiples	932	0,41 %	9
	Autres	1 202	0,54 %	21
	<b>Total catégorie 2005-2006</b>	<b>31 166</b>	<b>13,84 %</b>	<b>45</b>
	Total catégorie 2004-2005	38 541	15,64 %	75
Biens personnels	Alimentation	1 651	0,73 %	200
	Médicaments, prothèses	556	0,25 %	63
	Publications	1 561	0,69 %	198
	Sports - loisirs	5 143	2,29 %	428
	Télécommunications	13 175	5,85 %	1 084
	Vêtements	4 455	1,98 %	260
	Autres	7 161	3,18 %	687
	<b>Total catégorie 2005-2006</b>	<b>33 702</b>	<b>14,97 %</b>	<b>2 920</b>
	Total catégorie 2004-2005	36 514	14,82 %	3 265
Autres sujets	Commerce électronique	351	0,16 %	11
	Indication des prix	3 902	1,73 %	504
	Animaux	1 222	0,54 %	56
	Autres	4 590	2,04 %	141
	<b>Total catégorie 2005-2006</b>	<b>10 065</b>	<b>4,47 %</b>	<b>712</b>
	Total catégorie 2004-2005	11 436	4,59 %	692
Références	Gouvernementales	8 929	3,97 %	0
	Non-gouvernementales	5 033	2,23 %	0
	<b>Total catégorie 2005-2006</b>	<b>13 962</b>	<b>6,20 %</b>	<b>0</b>
	Total catégorie 2004-2005	12 641	5,17 %	0
<b>Total 2005-2006</b>		<b>225 195</b>	<b>100 %</b>	<b>16 261</b>
Total 2004-2005		246 459	100 %	17 020
Variation de 2004-2005 à 2005-2006		-21 264		-759

## Conciliations entre consommateurs et commerçants

	2004-2005	2005-2006
Plaintes reçues à l'égard d'un commerçant	6 607	6 609
Conciliations entreprises	1 943	1 871
Conciliations réussies	1 070	944
Taux de réussite	55,1 %	50,5 %

## Permis, exemptions et montants perçus

SECTEURS	PERMIS ET EXEMPTIONS		MONTANTS PERÇUS	
	2004-2005	2005-2006	2004-2005	2005-2006
Commerçants itinérants	1 083	1 070	218 699 \$	194 250 \$
Studios de santé	432	503	73 914 \$	82 737 \$
Prêt d'argent	74	86	11 323 \$	12 228 \$
Agents de recouvrement	90	94	11 016 \$	15 025 \$
Garanties supplémentaires	15	19	2 541 \$	5 830 \$
Agents de voyages	942	931	684 351 \$	735 595 \$
Exemptions	233	233	53 501 \$	52 163 \$
<b>Total</b>	<b>2 869</b>	<b>2 936</b>	<b>1 055 345 \$</b>	<b>1 097 828 \$</b>

## Annexe III

# Quelques indicateurs de gestion de l'Office

Cette annexe, proposée par le Secrétariat du Conseil du trésor, présente un aperçu de quelques indicateurs de gestion de l'Office.

## Ressources humaines

INDICATEURS		2004-2005		2005-2006	
		NOMBRE	%	NOMBRE	%
Répartition de l'effectif, par type et par catégorie d'emploi, en nombre de ETC utilisés et en pourcentage du total des ETC utilisés	Réguliers	99,63	91,2	95,74	90,2
	Occasionnels	8,59	7,9	9,34	8,8
	Autres statuts	1,00	0,9	1,00	1,0
	Cadres	7,19	6,6	7,00	6,6
	Professionnels	33,26	30,5	32,19	30,3
	Fonctionnaires	67,77	62,0	65,89	62,1
	Autres	1	0,9	1	1
	Hommes	45,95	42,0	45,54	42,9
	Femmes	63,27	58,0	60,54	57,1
	Répartition de l'effectif au 31 mars par groupe d'âge (nombre et pourcentage de personnes et de ETC utilisés)	Personnes			
· 34 ans et moins		10	8,3	12	10,2
· 35 ans à 54 ans		80	66,7	75	64,1
· 55 ans et plus		30	25,0	30	25,7
ETC utilisés					
· 34 ans et moins		8,43	7,7	7,63	7,2
· 35 ans à 54 ans		74,98	68,7	70,19	66,2
· 55 ans et plus		25,81	23,6	28,26	26,6

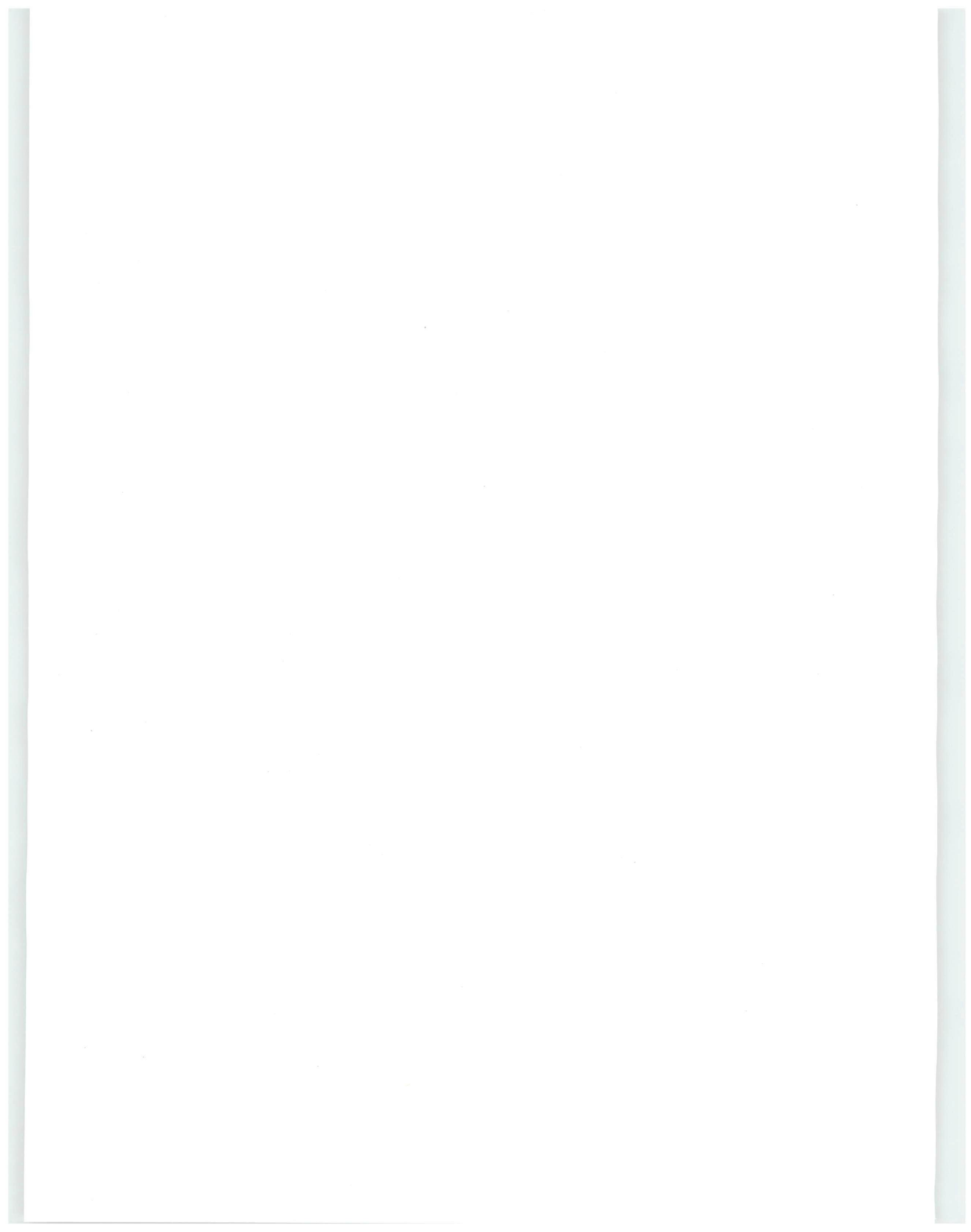
INDICATEURS		2004-2005		2005-2006	
		NOMBRE	%	NOMBRE	%
Taux de roulement du personnel régulier (exclut le personnel occasionnel)	Nombre de personnes remplacées sur un poste régulier au cours de l'année, excluant les affectations / Nombre de postes réguliers utilisés au 31 mars	4	4 %	4	4 %
Taux d'absentéisme (exclut les jours fériés et les vacances autorisées)	Nombre de jours d'absence / Nombre de jours de travail payés	–	nd	–	nd
Nombre de jours de formation par ETC utilisé	Formation globale	2,7	–	2,1	–
	Formation en prestation de services du personnel en relation avec la clientèle, les citoyens et les entreprises	nd	–	nd	–
Dépenses pour la formation et le développement du personnel	Dépenses totales en formation par employé	284 \$	–	322 \$	–
	Dépenses de formation en prestation de services par employé	nd	–	nd	–
	Dépenses de formation en technologie de l'information par employé	22 \$	–	203 \$	–
		DU 1 <sup>ER</sup> AVRIL 2005 AU 31 MARS 2008		DU 1 <sup>ER</sup> AVRIL 2006 AU 31 MARS 2009	
Prévision des départs à la retraite	Nombre de personnes visées et pourcentage par rapport au nombre d'employés au 31 mars	15	15 %	22	22 %

## Ressources informationnelles

INDICATEUR		2004-2005	2005-2006
Dépenses en matière de ressources informationnelles (RI)	Dépenses en RI	726 504 \$	597 100 \$
	Croissance annuelle des dépenses en RI	(0,8 %)	(17,8 %)
	Pourcentage des dépenses en RI par rapport aux dépenses totales de l'Office	9,6 %	8,0 %

## Prestation de services

INDICATEURS		2004-2005	2005-2006
Achalandage selon le mode de prestation de services	Téléphone	234 860	211 665
	Comptoir	5 990	6 691
	Courrier	1 799	1 659
	Courriel	3 810	5 180
	Consultation du site Internet et de la Grappe	777 897	966 473
Satisfaction de la clientèle	Nombre et pourcentage des services évalués	1 (20 %)	0
	Taux de satisfaction des services évalués	95 %	nd
Traitement des plaintes	Nombre de plaintes reçues	nd	1



## Annexe IV

# Embauche et représentativité

Cette annexe, proposée par le Secrétariat du Conseil du trésor, couvre la période du 1<sup>er</sup> avril 2005 au 31 mars 2006.

## Renseignements généraux

### Embauche en 2005-2006

	RÉGULIERS	OCCASIONNELS	ÉTUDIANTS	STAGIAIRES
Nombre total de personnes embauchées	3	1	8	0

### Nombre d'employés réguliers en date du 31 mars 2006

Effectif total (personnes)	99
----------------------------	----

## Communautés culturelles, autochtones, anglophones et personnes handicapées

### Taux d'embauche des membres des groupes cibles en 2005-2006

	RÉGULIERS	OCCASIONNELS	ÉTUDIANTS
Nombre de personnes embauchées membres d'un groupe cible	1 personne provenant d'une communauté culturelle	0	1 personne provenant d'une communauté culturelle
Pourcentage global par statut d'emploi	33 %	0	13 %

Le taux d'embauche moyen des groupes cibles, tous groupes confondus, est de 17 % si l'on tient compte du personnel régulier, occasionnel et étudiant.

### Représentativité des groupes cibles (personnel régulier)

	COMMUNAUTÉS CULTURELLES	ANGLOPHONES	AUTOCHTONES	PERSONNES HANDICAPÉES
Nombre total de personnes provenant de groupes cibles	6	2	1	1
Pourcentage	6 %	2 %	1 %	1 %

## Femmes

### Taux d'embauche des femmes

	RÉGULIERS	OCCASIONNELS	ÉTUDIANTS	STAGIAIRES
Nombre total de personnes embauchées	3	1	8	0
Nombre de femmes embauchées	2	1	5	0
Pourcentage	67 %	100 %	63 %	0

L'Office a un taux d'embauche moyen de femmes de 67 %. Ce taux se base sur le personnel régulier, occasionnel, étudiant et stagiaire. Si l'on tient seulement compte du personnel régulier et occasionnel, le taux d'embauche des femmes se situe à 75 %.

### Représentativité des femmes (personnel régulier et occasionnel)

	PERSONNEL D'ENCADREMENT	PERSONNEL PROFESSIONNEL	PERSONNEL TECHNICIEN ASSIMILÉ	PERSONNEL DE BUREAU	TOTAL
Représentativité en nombre	2	15	6	37	60
Pourcentage	25 %	50 %	43 %	76 %	60 %

## Résultats comparatifs

### Taux d'embauche global des groupes cibles selon les statuts

	2003-2004	2004-2005	2005-2006
Réguliers	—	—	33 %
Occasionnels	—	50 %	—
Étudiants	17 %	—	13 %

Pour l'année 2005-2006, le taux d'embauche des groupes cibles est de 25 % pour le personnel régulier et occasionnel. Il est de 17 % si l'on inclut également les étudiants et les stagiaires.

### Taux de représentativité des groupes cibles selon les groupes (personnel régulier et occasionnel)

	2003-2004	2004-2005	2005-2006
Communautés culturelles	5 %	6 %	6 %
Anglophones	2 %	2 %	2 %
Autochtones	1 %	1 %	1 %
Personnes handicapées	1 %	1 %	2 %

## Annexe V

---

# États financiers du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages

---

Cette annexe présente les états financiers vérifiés du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages pour l'exercice du 11 novembre 2004 au 31 mars 2005. Ce fonds permet l'indemnisation des voyageurs à la suite d'un défaut d'un fournisseur de lui offrir des services déjà payés. Il a été mis sur pied durant l'année financière 2004-2005. Les états financiers pour l'année budgétaire se terminant le 31 mars 2005 ont été vérifiés par le Vérificateur général du Québec au cours de l'année 2005-2006. Les états financiers pour l'année financière se terminant le 31 mars 2006 seront vérifiés au cours de l'exercice 2006-2007 par le Vérificateur général du Québec.



## RAPPORT DE LA DIRECTION

Les états financiers du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages pour l'année 2004-2005 ont été dressés par la direction, qui est responsable de leur préparation et de leur présentation, y compris les estimations et les jugements importants. Cette responsabilité comprend le choix de conventions comptables appropriées qui respectent les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour s'acquitter de ses responsabilités, la direction maintient un système de contrôles comptables internes, conçu en vue de fournir l'assurance raisonnable que les biens sont protégés et que les opérations sont comptabilisées correctement et en temps voulu, qu'elles sont dûment approuvées et qu'elles permettent de produire des états financiers fiables.

La direction du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages reconnaît qu'elle est responsable de gérer les affaires du fonds conformément aux lois et règlements qui le régissent.


Le Vérificateur général du Québec a procédé à la vérification des états financiers de ce fonds conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada, et son rapport expose la nature et l'étendue de cette vérification et l'expression de son opinion. Le Vérificateur général peut, sans aucune restriction, rencontrer la direction pour discuter de tout élément qui concerne sa vérification.

Le chef du service des permis,



André Derome

Le président de l'Office de la protection  
du consommateur,



Yvan Turcotte

Québec, le 1<sup>er</sup> septembre 2005



## RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

À l'Assemblée nationale

J'ai vérifié les bilans du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages au 11 novembre 2004 et au 31 mars 2005 ainsi que l'état des revenus et dépenses et du déficit de l'exercice du 11 novembre 2004 au 31 mars 2005. La responsabilité de ces états financiers incombe au président de l'Office de la protection du consommateur. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes préparées par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière du fonds au 11 novembre 2004 et au 31 mars 2005, ainsi que des résultats de ses opérations et de ses flux de trésorerie pour l'exercice du 11 novembre 2004 au 31 mars 2005 selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Le Vérificateur général du Québec,



Renaud Lachance, CA

Québec, le 1<sup>er</sup> septembre 2005

## REVENUS ET DÉPENSES ET DÉFICIT POUR L'EXERCICE DU 11 NOVEMBRE 2004 AU 31 MARS 2005

### REVENUS

Contributions des clients des agents de voyages	2 829 046 \$
Contribution des grossistes	847 916 \$
Revenus de placements	72 904 \$
Contributions annulées (note 3)	5 000 \$
	<hr/>
	3 754 866 \$
	<hr/>

### DÉPENSES

Réclamations et frais de fiducie	918 353 \$
Frais d'administration – gouvernement du Québec	45 860 \$
Intérêts sur la dette à long terme	98 507 \$
	<hr/>
	1 062 720 \$
	<hr/>

EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES	2 692 146 \$
---------------------------------------	--------------

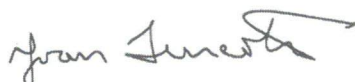
DÉFICIT AU DÉBUT (note 1)	(6 165 014) \$
	<hr/>

DÉFICIT À LA FIN	<hr/> <hr/> (3 472 868) \$ <hr/> <hr/>
------------------	--

## BILAN AU 31 MARS 2005

	11 NOVEMBRE 2004	31 MARS 2005
<b>ACTIF</b>	(NOTE 1)	
<b>À court terme</b>		
Encaisse	426 682 \$	1 873 820 \$
Dépôt à terme (taux : 1,40 %)	1 700 000 \$	1 700 000 \$
Dépôts à vue au fonds général de la Caisse de dépôt et placement du Québec – au coût	166 309 \$	208 238 \$
Revenus de placements à recevoir	26 467 \$	24 182 \$
Débiteurs (note 4)	290 850 \$	2 365 180 \$
Contributions complémentaires à recevoir	5 000 \$	2 500 \$
	<u>2 615 308 \$</u>	<u>6 173 920 \$</u>
<b>Dépôts à participation à un fonds particulier de la Caisse de dépôt et placement du Québec (note 5)</b>	2 684 771 \$	2 684 771 \$
<b>Contributions de base remboursées d'avance</b>	224 750 \$	224 750 \$
	<u>5 524 829 \$</u>	<u>9 083 441 \$</u>
<b>PASSIF</b>		
<b>À court terme</b>		
Réclamations et frais à payer	221 488 \$	1 102 023 \$
Intérêts courus sur la dette à long terme	510 123 \$	608 630 \$
Contributions de base à rembourser	17 000 \$	12 250 \$
	<u>748 611 \$</u>	<u>1 722 903 \$</u>
<b>Dette à long terme (note 6)</b>	6 000 000 \$	6 000 000 \$
<b>Contribution de base (note 7)</b>	4 941 232 \$	4 833 406 \$
<b>DÉFICIT</b>	<u>(6 165 014) \$</u>	<u>(3 472 868) \$</u>
<b>ÉVENTUALITÉ (note 10)</b>	<u>5 524 829 \$</u>	<u>9 083 441 \$</u>

Le président de l'Office de la protection du consommateur,



Yvan Turcotte

## NOTES COMPLÉMENTAIRES — 31 MARS 2005

## 1. CONSTITUTION, FONCTIONS ET FINANCEMENT

Le Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages a été institué le 11 novembre 2004 par le Règlement sur les agents de voyages en vertu de la *Loi sur les agents de voyages* (L.R.Q., chapitre A-10, r.1). Cette loi est administrée par le président de l'Office de la protection du consommateur. Ce fonds a pour but l'indemnisation ou le remboursement des clients des agents de voyages, tenus de contribuer au fonds, en cas d'insuffisance du cautionnement individuel d'un agent de voyages.

Les sommes requises pour les opérations de ce fonds proviennent, en premier lieu, des clients des agents de voyages détaillants, tel que spécifié à l'article 39 du règlement, et en deuxième lieu, des agents de voyages grossistes, tel que spécifié à l'article 41 du règlement.

Conformément à l'article 37 du Règlement sur les agents de voyages (L.R.Q., chapitre A-10, r. 1), les actifs et les passifs des cautionnements collectifs des agents de voyages ont été transférés, le 11 novembre 2004 au Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages. Les éléments transférés se détaillent comme suit :

**ACTIF**

À court terme	2 615 308 \$
À long terme	2 909 521 \$
	<hr/>
	5 524 829 \$
	<hr/> <hr/>

**PASSIF**

À court terme	748 611 \$
À long terme	10 941 232 \$
	<hr/>
	11 689 843 \$

**DÉFICIT**

	<hr/>
	(6 165 014) \$
	<hr/>
	5 524 829 \$
	<hr/> <hr/>

## 2. CONVENTIONS COMPTABLES

Les états financiers du Fonds d'indemnisation des clients des agents de voyages ont été préparés par la direction selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Ces états comprennent des montants fondés sur les meilleurs jugements et estimations. L'état des flux de trésorerie du fonds n'est pas présenté, car il n'apporterait pas de renseignements supplémentaires utiles à la compréhension des mouvements de trésorerie durant l'exercice.

**Dépôts à participation à un fonds particulier de la Caisse de dépôt et placement du Québec**

Les dépôts à participation sont comptabilisés au coût d'acquisition.

### 3. CONTRIBUTIONS ANNULÉES

Les contributions annulées représentent, pour les agents de voyages ayant cessé leurs activités, les contributions de base qui n'ont jamais été réclamées par les agents dans les délais prescrits et celles dont les réclamations des consommateurs ont excédé cette contribution.

### 4. DÉBITEURS

	11 NOVEMBRE 2004	31 MARS 2005
Administrateurs provisoires	290 850 \$	177 000 \$
Agences de voyages	—	2 188 180 \$
	<u>290 850 \$</u>	<u>2 365 180 \$</u>

Les sommes à recevoir des agences de voyages couvrent la période se terminant le 31 mars 2005, par contre, elles sont tenues de faire leurs remises sur une base trimestrielle.

### 5. DÉPÔTS À PARTICIPATION À UN FONDS PARTICULIER DE LA CAISSE DE DÉPÔT ET PLACEMENT DU QUÉBEC

Les dépôts à participation à un fonds particulier de la Caisse de dépôt et placement du Québec sont exprimés en unités. Les unités sont remboursables sur préavis selon les modalités des règlements de la Caisse, à la valeur marchande de l'avoir net du fonds à la fin de chaque mois.

	11 NOVEMBRE 2004	31 MARS 2005
Nombre d'unités	3 094	3 094
Coût d'acquisition des unités	2 684 774 \$	2 684 771 \$
Juste valeur des unités	2 858 269 \$	2 938 931 \$
Juste valeur par unité	924 \$	950 \$

Il n'y a pas eu d'acquisition ni d'aliénation au cours de l'exercice.

## 6. DETTE À LONG TERME

	11 NOVEMBRE 2004	31 MARS 2005
Avance du gouvernement du Québec, portant intérêt au taux préférentiel de la Banque nationale du Canada, échéant en mars 2009	<u>6 000 000 \$</u>	<u>6 000 000 \$</u>

## 7. CONTRIBUTIONS DE BASE

	11 NOVEMBRE 2004	31 MARS 2005
Détaillants	3 108 828 \$	3 053 406 \$
Grossistes	1 832 404 \$	1 780 000 \$
	<u>4 941 232 \$</u>	<u>4 833 406 \$</u>

## 8. INSTRUMENTS FINANCIERS

La juste valeur des instruments financiers à court terme est équivalente à leur valeur comptable en raison de leur échéance rapprochée. La juste valeur de la dette à long terme est équivalente à la valeur comptable.

## 9. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

En plus des opérations déjà divulguées dans les états financiers et comptabilisées à la valeur d'échange, le fonds est apparenté avec tous les ministères et les fonds spéciaux ainsi qu'avec tous les organismes et entreprises contrôlés directement ou indirectement par le gouvernement du Québec ou soumis, soit à un contrôle conjoint, soit à une influence notable commune de la part du gouvernement du Québec. Le fonds n'a conclu aucune opération commerciale avec ces apparentés autrement que dans le cours normal de ses activités et aux conditions commerciales habituelles. Ces opérations ne sont pas divulguées distinctement aux états financiers.

## 10. ÉVENTUALITÉ

Un recours collectif a été déposé en Cour supérieure le 9 octobre 2002 contre un détaillant et un grossiste, pour un montant approximatif de 2,5 millions de dollars. Le montant de la perte éventuelle que le Fonds pourrait devoir assumer ne peut faire l'objet d'une estimation raisonnable. En conséquence, aucune provision n'est comptabilisée.

Deux faillites importantes de transporteurs aériens se sont produites au cours de l'exercice. Le poste du bilan « Réclamations et frais à payer » inclut un montant de 895 000 \$ basé sur une estimation du passif relié aux réclamations reçues par le Fonds à la date de préparation des états financiers. Le Fonds n'est pas en mesure d'estimer les réclamations qui ne lui sont pas encore parvenues. En effet, les consommateurs lésés n'ont aucune limite de temps pour déposer leurs réclamations. En outre, le montant maximum versé par événement, par le Fonds, ne peut excéder 3 000 000 \$.

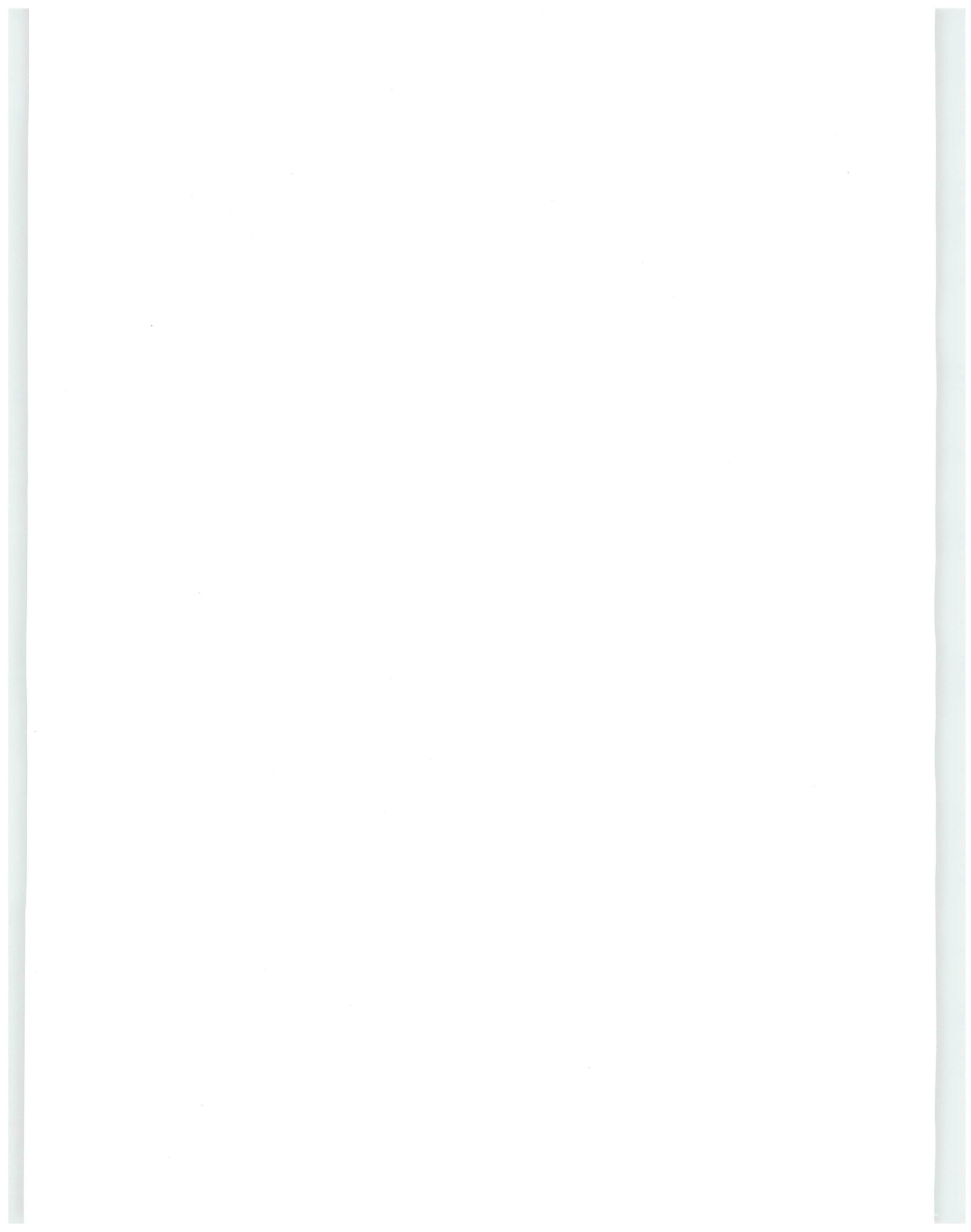
## Annexe VI

---

# États financiers des cautionnements individuels des agents de voyages

---

Cette annexe présente les états financiers vérifiés des cautionnements individuels des agents de voyages pour l'année financière terminée le 31 mars 2005. Les cautionnements permettent l'indemnisation des voyageurs lors de la cessation de l'exploitation d'une agence de voyage. Les états financiers pour l'année financière se terminant le 31 mars 2005 ont été vérifiés par le Vérificateur général du Québec. Les états financiers pour l'année financière se terminant le 31 mars 2006 seront vérifiés au cours de l'exercice 2006-2007 par le Vérificateur général du Québec.



## RAPPORT DE LA DIRECTION

Les états financiers des cautionnements individuels des agents de voyages ont été dressés pour l'année 2004-2005 par la direction, qui est responsable de leur préparation et de leur présentation, y compris les estimations et les jugements importants. Cette responsabilité comprend le choix de conventions comptables appropriées et qui respectent les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour s'acquitter de ses responsabilités, la direction maintient un système de contrôles comptables internes, conçu en vue de fournir l'assurance raisonnable que les biens sont protégés et que les opérations sont comptabilisées correctement et en temps voulu, qu'elles sont dûment approuvées et qu'elles permettent de produire des états financiers fiables.

La direction des cautionnements individuels des agents de voyages reconnaît qu'elle est responsable de gérer les affaires des cautionnements conformément aux lois et règlements qui les régissent.


Le Vérificateur général du Québec a procédé à la vérification des états financiers de ces cautionnements conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Son rapport expose la nature et l'étendue de cette vérification et l'expression de son opinion. Le Vérificateur général peut, sans aucune restriction, rencontrer la direction pour discuter de tout élément qui concerne sa vérification.

Le chef du service des permis,



André Derome

Le président de l'Office de la protection  
du consommateur,



Yvan Turcotte

Québec, le 1<sup>er</sup> septembre 2005



## RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

À l'Assemblée nationale

J'ai vérifié le bilan du Fonds des cautionnements individuels des agents de voyages au 31 mars 2005 ainsi que l'état des revenus de placements et celui du déficit de l'année financière terminée à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe au président de l'Office de la protection du consommateur. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes préparées par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière du fonds au 31 mars 2005, ainsi que des résultats de ses opérations et de ses flux de trésorerie pour l'année financière terminée à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur le vérificateur général* (L.R.Q., chapitre V-5.01), je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'année financière précédente.

Le Vérificateur général du Québec,



Renaud Lachance, CA

Québec, le 1<sup>er</sup> septembre 2005

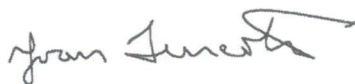
REVENUS DE PLACEMENTS ET DÉFICIT  
POUR L'ANNÉE FINANCIÈRE TERMINÉE LE 31 MARS 2005

	2004	2005
	<hr/>	<hr/>
(Pertes) revenus de placements	(157 460) \$	52 758 \$
Annulation du solde à verser au Fonds consolidé du revenu	29 523 \$	—
	<hr/>	<hr/>
	(127 937) \$	52 758 \$
 <b>DÉFICIT AU DÉBUT</b>	 <hr/>	 <hr/>
	—	(127 937) \$
 <b>DÉFICIT À LA FIN</b>	 <hr/>	 <hr/>
	(127 937) \$	(75 179) \$

## BILAN AU 31 MARS 2005

	31 MARS 2004	31 MARS 2005
<b>ACTIF</b>		
<b>À court terme</b>		
Encaisse	1 196 020 \$	1 819 874 \$
Dépôts à vue au fonds général de la Caisse de dépôt et placement du Québec – au coût	22 001 \$	69 942 \$
Revenus de placements à recevoir	5 529 \$	7 113 \$
Obligations reçues en dépôt (note 3) (juste valeur : 2004 : 25 380 \$ ; 2005 : 51 728 \$)	25 000 \$	51 623 \$
	<hr/> 1 248 550 \$	<hr/> 1 948 552 \$
<b>Obligations reçues en dépôt (note 3)</b> (juste valeur 2004 : 556 369 \$ ; 2005 : 800 181 \$)	550 158 \$	814 987 \$
<b>Dépôts à participation à un fonds particulier de la Caisse de dépôt et placement du Québec (note 4)</b>	954 383 \$	954 383 \$
	<hr/> 2 753 091 \$	<hr/> 3 717 922 \$
<b>PASSIF</b>		
<b>Cautionnements individuels des agents de voyages (note 5)</b>	2 881 028 \$	3 793 101 \$
<b>DÉFICIT</b>	(127 937 \$)	(75 179) \$
	<hr/> 2 753 091 \$	<hr/> 3 717 922 \$

Le président de l'Office de la protection du consommateur,



Yvan Turcotte

## NOTES COMPLÉMENTAIRES — 31 MARS 2005

### 1. COMPOSITION DES FONDS ET MODALITÉS D'OPÉRATION

Les cautionnements individuels des agents de voyages sont composés de cautionnements déterminés par règlement du gouvernement en vertu de la *Loi sur les agents de voyages* (L.R.Q., chapitre A-10) et il est administré par le président de l'Office de la protection du consommateur. Ces cautionnements ont notamment pour objet de garantir l'observance de cette loi et de son règlement.

Les revenus de placements provenant des espèces déposées à titre de cautionnements individuels sont versés au Fonds consolidé du revenu. Les coupons d'intérêts attachés aux obligations reçues en dépôt demeurent la propriété de leurs déposants et leur sont remis sur demande.

### 2. CONVENTIONS COMPTABLES

Les états financiers des cautionnements individuels des agents de voyages ont été préparés par la direction selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Ces états comprennent des montants fondés sur les meilleurs jugements et estimations. L'état des flux de trésorerie du fonds n'est pas présenté, car il n'apporterait pas de renseignements supplémentaires utiles pour la compréhension des mouvements de trésorerie durant l'exercice.

#### Obligations reçues en dépôt

Les obligations reçues en dépôt à titre de cautionnements individuels sont présentées à leur valeur nominale.

#### Dépôts à participation à un fonds particulier de la Caisse de dépôt et placement du Québec

Les dépôts à participation sont comptabilisés au coût d'acquisition.

### 3. OBLIGATIONS REÇUES EN DÉPÔT

Les acquisitions de l'année financière terminée le 31 mars 2005 sont de 316 452 \$ (2004 : 219 035 \$) et les aliénations sont de 70 000 \$ (2004 : 49 500 \$).

#### 4. DÉPÔTS À PARTICIPATION À UN FONDS PARTICULIER DE LA CAISSE DE DÉPÔT ET PLACEMENT DU QUÉBEC

Les dépôts à participation à un fonds particulier de la Caisse de dépôt et placement du Québec sont exprimés en unités. Les unités sont remboursables sur préavis selon les modalités des règlements de la Caisse, à la valeur marchande de l'avoir net du fonds à la fin de chaque mois.

	2004	2005
Nombre d'unités	978	978
Coût d'acquisition des unités	954 383 \$	954 383 \$
Juste valeur des unités	1 019 096 \$	1 050 961 \$
Juste valeur par unité	1 042 \$	1 075 \$

Il n'y a pas eu d'acquisition au cours des deux dernières années financières et il n'y a pas eu d'aliénations au cours de l'année financière terminée le 31 mars 2005 (2004 : 135 643 \$). La perte sur aliénation d'unités de dépôts à participation de l'année financière terminée le 31 mars 2004 était de 9 540 \$.

## 5. CAUTIONNEMENTS INDIVIDUELS DES AGENTS DE VOYAGES

	2004	2005
<b>Cautionnements en vigueur</b>		
Solde au début	2 678 849 \$	2 881 028 \$
Dépôts de cautionnements	644 305 \$	1 040 452 \$
	<u>3 323 154 \$</u>	<u>3 921 480 \$</u>
Réclamations et frais de fiducie	(48 483) \$	(5 130) \$
Remises de cautionnements	(83 643) \$	(148 249) \$
Cautionnements remis et remplacés par des polices individuelles de garanties	(310 000) \$	(205 000) \$
	<u>(442 126) \$</u>	<u>(358 379) \$</u>
Solde à la fin	2 881 028 \$	3 563 101 \$
<b>Cautionnements perçus d'avance**</b>	—	230 000 \$
	<u>2 881 028 \$</u>	<u>3 793 101 \$</u>

\*\* Les cautionnements perçus d'avance concernent les cautionnements, en argent, reçus par le fonds pour des permis qui ne sont pas en vigueur au 31 mars 2005.

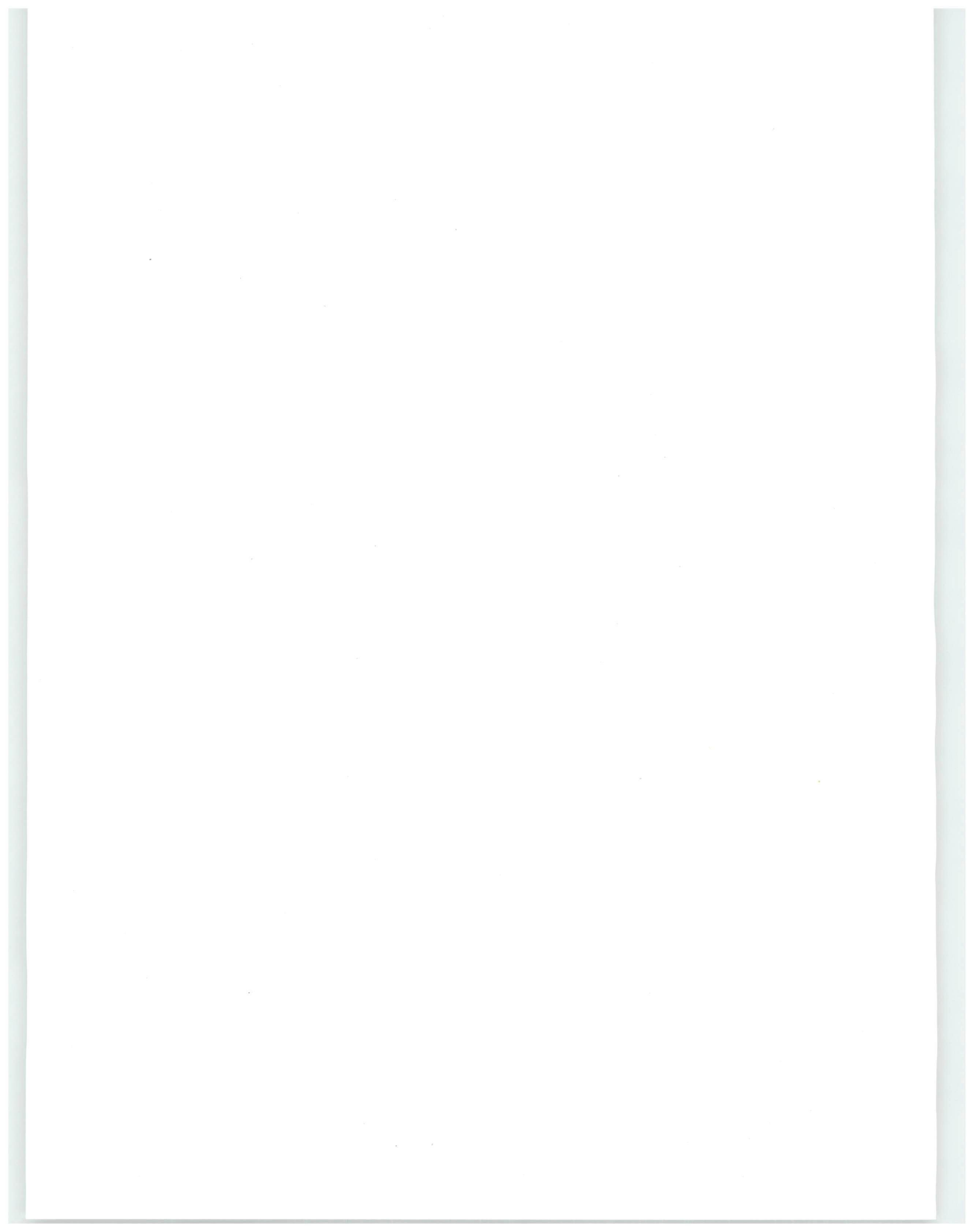
Les cautionnements fournis par les agents de voyages sous forme de polices individuelles de garantie sont estimés à 28 890 000 \$ au 31 mars 2005 (27 157 000 \$ au 31 mars 2004), dont 25 730 000 \$ ayant un permis valide au 31 mars 2005 (22 327 500 \$ au 31 mars 2004). Cette estimation inclut les polices de garantie des agences ayant cessé leurs activités depuis moins de deux ans et contre lesquelles des réclamations peuvent encore être effectuées.

## 6. INSTRUMENTS FINANCIERS

La juste valeur des instruments financiers à court terme est équivalente à leur valeur comptable en raison de leur échéance rapprochée.

## 7. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

En plus des opérations avec le Fonds consolidé du revenu déjà divulguées dans les états financiers et comptabilisées à la valeur d'échange, le fonds est apparenté avec tous les ministères et les fonds spéciaux ainsi qu'avec tous les organismes et entreprises contrôlés directement ou indirectement par le gouvernement du Québec ou soumis, soit à un contrôle conjoint, soit à une influence notable commune de la part du gouvernement du Québec. Le fonds n'a conclu aucune opération commerciale avec ces apparentés autrement que dans le cours normal de ses activités et aux conditions commerciales habituelles. Ces opérations ne sont pas divulguées distinctement aux états financiers.



## Annexe VII

---

# Code d'éthique et de déontologie

---

L'Office fait sien le Code d'éthique et de déontologie de la fonction publique québécoise.

### CHAPITRE I OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

1. Le présent Code d'éthique et de déontologie a pour objet de préserver et de renforcer le lien de confiance des citoyens dans l'intégrité et l'impartialité de l'administration publique, de favoriser la transparence au sein des organismes et entreprises du gouvernement et de responsabiliser les administrations et les administrateurs publics.
2. Le présent code d'éthique et de déontologie s'applique aux administrateurs publics.  
Sont administrateurs publics : le président de l'Office de la protection du consommateur et les membres de son conseil d'administration.

### CHAPITRE II PRINCIPES D'ÉTHIQUE ET RÈGLES GÉNÉRALES DE DÉONTOLOGIE

3. Les administrateurs publics sont nommés ou désignés pour contribuer, dans le cadre de leur mandat, à la réalisation de la mission de l'État et, le cas échéant, à la bonne administration de ses biens.  
Leur contribution doit être faite, dans le respect du droit, avec honnêteté, loyauté, prudence, diligence, efficacité, assiduité et équité.
4. Dans l'exercice de ses fonctions, l'administrateur public est tenu de respecter les principes d'éthique et les règles de déontologie prévus par la loi et le présent code ainsi que ceux établis dans le code d'éthique et de déontologie qui lui est applicable. En cas de divergence, les principes et les règles les plus exigeants s'appliquent.  
En cas de doute, il doit agir selon l'esprit de ces principes et de ces règles. De plus, il doit organiser ses affaires personnelles de telle sorte qu'elles ne puissent nuire à l'exercice de ses fonctions.  
L'administrateur public qui, à la demande d'un organisme ou d'une entreprise du gouvernement, exerce des fonctions d'administrateurs dans un autre organisme ou entreprise, ou encore en est membre, est tenu aux mêmes obligations.
5. L'administrateur public est tenu à la discrétion sur ce dont il a connaissance dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions et est tenu, à tout moment, de respecter le caractère confidentiel de l'information ainsi reçue.  
Cette obligation n'a pas pour effet d'empêcher un administrateur public représentant ou lié à un groupe d'intérêts particulier, de le consulter ni de lui faire rapport, sauf si l'information est confidentielle suivant la loi ou si le conseil d'administration exige le respect de la confidentialité.

6. L'administrateur public doit, dans l'exercice de ses fonctions, prendre ses décisions indépendamment de toutes considérations politiques partisans.
7. Le président du conseil d'administration, le premier dirigeant d'un organisme ou d'une entreprise et l'administrateur public à temps plein doivent faire preuve de réserve dans la manifestation publique de leurs opinions politiques.

8. L'administrateur public doit éviter de se placer dans une situation de conflit entre son intérêt personnel et les obligations de ses fonctions.

Il doit dénoncer à l'organisme ou à l'entreprise dans lequel il est nommé ou désigné tout intérêt direct ou indirect qu'il a dans un organisme, une entreprise ou une association susceptible de le placer dans une situation de conflit d'intérêts, ainsi que les droits qu'il peut faire valoir contre l'organisme ou l'entreprise, en indiquant, le cas échéant, leur nature et leur valeur.

Sous réserve de l'article 6, l'administrateur public nommé ou désigné dans un autre organisme ou entreprise doit aussi faire cette dénonciation à l'autorité qui l'a nommé ou désigné.

9. L'administrateur public à temps plein ne peut, sous peine de révocation, avoir un intérêt direct ou indirect dans un organisme, une entreprise ou une association mettant en conflit son intérêt personnel et celui de l'organisme ou de l'entreprise dans lequel il est nommé ou désigné. Toutefois, cette révocation n'a pas lieu si un tel intérêt lui échoit par succession ou donation pourvu qu'il y renonce ou en dispose avec diligence.

Tout autre administrateur public qui a un intérêt direct ou indirect dans un organisme, une entreprise ou une association qui met en conflit son intérêt personnel et celui de l'organisme ou entreprise dans lequel il est nommé ou désigné doit, sous peine de révocation, dénoncer par écrit cet intérêt au président du conseil d'administration et, le cas échéant, s'abstenir de participer à toute délibération et à toute décision portant sur l'organisme, l'entreprise ou l'association dans lequel il a cet intérêt. Il doit en outre se retirer de la séance pour la durée des délibérations et du vote relatifs à cette question.

Le présent article n'a toutefois pas pour effet d'empêcher un administrateur public de se prononcer sur des mesures d'application générale relatives aux conditions de travail au sein de l'organisme ou de l'entreprise par lesquelles il serait aussi visé.

10. L'administrateur public ne doit pas confondre les biens de l'organisme ou de l'entreprise avec les siens et ne peut les utiliser à son profit ou au profit de tiers.
11. L'administrateur public ne peut utiliser à son profit ou au profit de tiers l'information obtenue dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions.

Cette obligation n'a pas pour effet d'empêcher un administrateur public représentant ou lié à un groupe d'intérêts particulier de le consulter ni de lui faire rapport, sauf si l'information est confidentielle suivant la loi ou si le conseil d'administration exige le respect de la confidentialité.

12. L'administrateur public à temps plein doit exercer ses fonctions de façon exclusive sauf si l'autorité qui l'a nommé ou désigné le nomme ou le désigne aussi à d'autres fonctions. Il peut, toutefois, avec le consentement du président du conseil d'administration, exercer des activités didactiques pour lesquelles il peut être rémunéré et des activités non rémunérées dans des organismes à but non lucratif.

Le président du conseil d'administration de l'Office de la protection du consommateur peut pareillement être autorisé par le secrétaire général du Conseil exécutif. Toutefois, le président du conseil d'administration d'un organisme ou d'une entreprise du gouvernement qui détient cent pour cent des actions d'un autre organisme ou entreprise du gouvernement est l'autorité qui peut donner une telle autorisation au président du conseil d'administration de ce dernier organisme ou entreprise.

13. L'administrateur public ne peut accepter aucun cadeau, marque d'hospitalité ou autre avantage que ceux d'usage et d'une valeur modeste.

Tout autre cadeau, marque d'hospitalité ou avantage reçu doit être retourné au donateur ou à l'État.

14. L'administrateur public ne peut, directement ou indirectement, accorder, solliciter ou accepter une faveur ou un avantage indu pour lui-même ou pour un tiers.

15. L'administrateur public doit, dans la prise de ses décisions, éviter de se laisser influencer par des offres d'emploi.

16. L'administrateur public qui a cessé d'exercer ses fonctions doit se comporter de façon à ne pas tirer d'avantages indus de ses fonctions antérieures au service de l'organisme ou de l'entreprise.

17. L'administrateur public qui a cessé d'exercer ses fonctions ne doit pas divulguer une information confidentielle qu'il a obtenue ni donner à quiconque des conseils fondés sur de l'information non disponible au public concernant l'organisme ou l'entreprise pour lequel il a travaillé, ou un autre organisme ou entreprise avec lequel il avait des rapports directs importants au cours de l'année qui a précédé la fin de son mandat.

Il lui est interdit, dans l'année qui suit la fin de ses fonctions, d'agir au nom ou pour le compte d'autrui relativement à une procédure, à une négociation ou à une autre opération à laquelle l'organisme ou l'entreprise pour lequel il a agi est partie et sur laquelle il détient de l'information à laquelle le public ne peut avoir accès.

Les administrateurs publics d'un organisme ou d'une entreprise visés au deuxième alinéa ne peuvent traiter, dans les circonstances qui sont prévues dans cet alinéa, avec l'administrateur public qui y est visé dans l'année où celui-ci a quitté ses fonctions.

18. Le président du conseil d'administration doit s'assurer du respect des principes d'éthique et des règles de déontologie par les administrateurs publics de l'Office de la protection du consommateur.

### CHAPITRE III ACTIVITÉS POLITIQUES

19. L'administrateur public à temps plein, le président du conseil d'administration ou le premier dirigeant d'un organisme ou d'une entreprise qui a l'intention de présenter sa candidature à une charge publique électorale doit en informer le secrétaire général du Conseil exécutif.

20. Le président du conseil d'administration ou le premier dirigeant d'un organisme ou d'une entreprise qui veut se porter candidat à une charge publique électorale doit se démettre de ses fonctions.

21. L'administrateur public à temps plein qui veut se porter candidat à la charge de député à l'Assemblée nationale, de député à la Chambre des communes du Canada ou à une autre charge publique élective dont l'exercice sera probablement à temps plein doit demander, et a droit, à un congé non rémunéré à compter du jour où il annonce sa candidature.
22. L'administrateur public à temps plein qui veut se porter candidat à une charge publique élective dont l'exercice sera probablement à temps partiel, mais dont la candidature pourrait l'amener à enfreindre son devoir de réserve, doit demander et a droit à un congé non rémunéré à compter du jour où il annonce sa candidature.
23. L'administrateur public à temps plein qui obtient un congé sans rémunération conformément à l'article 21 ou à l'article 22 a le droit de reprendre ses fonctions au plus tard le 30<sup>e</sup> jour qui suit la date de clôture des mises en candidature, s'il n'est pas candidat, ou, s'il est candidat, au plus tard le 30<sup>e</sup> jour qui suit la date à laquelle une autre personne est proclamée élue.
24. L'administrateur public à temps plein dont le mandat est à durée déterminée, qui est élu à une charge publique à temps plein et qui accepte son élection doit se démettre immédiatement de ses fonctions d'administrateur public.  
  
Celui qui est élu à une charge publique dont l'exercice est à temps partiel doit, si cette charge est susceptible de l'amener à enfreindre son devoir de réserve, se démettre de ses fonctions d'administrateur public.
25. L'administrateur public à temps plein dont le mandat est à durée indéterminée et qui est élu à une charge publique a droit à un congé non rémunéré pour la durée de son premier mandat électif.

#### **CHAPITRE IV RÉMUNÉRATION**

26. L'administrateur public n'a droit, pour l'exercice de ses fonctions, qu'à la seule rémunération liée à celles-ci. Cette rémunération ne peut comprendre, même en partie, des avantages pécuniaires tels ceux qui ont été établis notamment par des mécanismes d'intéressement basés sur la variation de la valeur des actions ou sur la participation au capital-actions de l'entreprise.
27. L'administrateur public révoqué pour une cause juste et suffisante ne peut recevoir d'allocation ni d'indemnité de départ.
28. L'administrateur public qui a quitté ses fonctions, qui a reçu ou qui reçoit une allocation ou une indemnité de départ et qui occupe une fonction, un emploi ou tout autre poste rémunéré dans le secteur public pendant la période correspondant à cette allocation ou indemnité doit rembourser la partie de l'allocation ou de l'indemnité couvrant la période pour laquelle il reçoit un traitement, ou cesser de la recevoir durant cette période.

Toutefois, si le traitement qu'il reçoit est inférieur à celui qu'il recevait antérieurement, il n'a à rembourser l'allocation ou l'indemnité que jusqu'à concurrence du nouveau traitement, ou il peut continuer à recevoir la partie de l'allocation ou de l'indemnité qui excède son nouveau traitement.

29. Quiconque a reçu ou reçoit une allocation ou une indemnité de départ du secteur public et reçoit un traitement à titre d'administrateur public pendant la période correspondant à cette allocation ou indemnité doit rembourser la partie de l'allocation ou de l'indemnité couvrant la période pour laquelle il reçoit un traitement, ou cesser de la recevoir durant cette période.

Toutefois, si le traitement qu'il reçoit à titre d'administrateur public est inférieur à celui qu'il recevait antérieurement, il n'a à rembourser l'allocation ou l'indemnité que jusqu'à concurrence du nouveau traitement, ou il peut continuer à recevoir la partie de l'allocation ou de l'indemnité qui excède son nouveau traitement.

30. L'administrateur public à temps plein qui a cessé d'exercer ses fonctions, qui a bénéficié de mesures dites de départ assisté et qui, dans les deux ans qui suivent son départ, accepte une fonction, un emploi ou tout autre poste rémunéré dans le secteur public doit rembourser la somme correspondant à la valeur des mesures dont il a bénéficié jusqu'à concurrence du montant de la rémunération reçue, du fait de ce retour, durant cette période de deux ans.
31. L'exercice à temps partiel d'activités didactiques par un administrateur public n'est pas visé par les articles 29 à 31.
32. Pour l'application des articles 28 à 30, « secteur public » s'entend des organismes, des établissements et des entreprises visés par l'annexe.

La période couverte par l'allocation ou l'indemnité de départ visées par les articles 28 et 29 correspond à celle qui aurait été couverte par le même montant si la personne l'avait reçue à titre de traitement dans sa fonction, son emploi ou son poste antérieur.

## CHAPITRE V PROCESSUS DISCIPLINAIRE

33. Pour les besoins du présent chapitre, l'autorité compétente pour agir est le secrétaire général associé responsable des emplois supérieurs au ministère du Conseil exécutif lorsque c'est le président du conseil d'administration ou un administrateur public nommé ou désigné par le gouvernement ou un ministre qui est en cause.

Le président du conseil d'administration est l'autorité compétente pour agir à l'égard de tout autre administrateur public de l'Office de la protection du consommateur.

Toutefois, le président du conseil d'administration d'un organisme ou d'une entreprise du gouvernement qui détient cent pour cent des actions d'un autre organisme ou entreprise du gouvernement est l'autorité compétente pour agir à l'égard du président du conseil d'administration de ce dernier organisme ou entreprise, sauf s'il en est lui-même le président.

34. L'administrateur public à qui l'on reproche des manquements à l'éthique ou à la déontologie peut être relevé provisoirement de ses fonctions, avec rémunération, par l'autorité compétente, afin de permettre la prise d'une décision appropriée dans le cas d'une situation urgente nécessitant une intervention rapide ou dans un cas présumé de faute grave.
35. L'autorité compétente fait part à l'administrateur public des manquements reprochés ainsi que de la sanction qui peut lui être imposée et l'informe qu'il peut, dans les sept jours, lui fournir ses observations et, s'il le demande, être entendu à ce sujet.
36. Si la conclusion est que l'administrateur public a contrevenu à la loi et au Code d'éthique et de déontologie, l'autorité compétente lui impose une sanction.

Toutefois, lorsque l'autorité compétente est le secrétaire général associé visé par l'article 37, la sanction est imposée par le secrétaire général du Conseil exécutif. En outre, si la sanction proposée consiste en la révocation d'un administrateur public nommé ou désigné par le gouvernement, celle-ci ne peut être imposée que par ce dernier ; dans ce cas, le secrétaire général du Conseil exécutif peut immédiatement suspendre sans rémunération l'administrateur public pour une période d'au plus trente jours.

37. La sanction qui peut être imposée à l'administrateur public est la réprimande, la suspension sans rémunération d'une durée maximale de trois mois ou la révocation.
38. Toute sanction imposée à un administrateur public de même que la décision de le relever provisoirement de ses fonctions doivent être écrites et motivées.

## CHAPITRE VI DISPOSITIONS DIVERSES

39. Les articles 29, 30 et 31 s'appliquent aux retours dans le secteur public effectués après le 31 août 1998.
40. Le présent Code d'éthique et de déontologie entre en vigueur le 1<sup>er</sup> septembre 1998.

## ANNEXE (Article 32) SECTEUR PUBLIC

1. Le gouvernement et ses ministères, le Conseil exécutif et le Conseil du trésor.
2. Le personnel du lieutenant-gouverneur, l'Assemblée nationale, le Protecteur du citoyen, toute personne que l'Assemblée nationale désigne pour exercer une fonction qui en relève lorsque la loi prévoit que son personnel est nommé et rémunéré suivant la *Loi sur la fonction publique* et tout organisme dont l'Assemblée nationale ou l'une de ses commissions nomme la majorité des membres.
3. Tout organisme qui est institué par une loi, ou en vertu d'une loi, ou par une décision du gouvernement, du Conseil du trésor ou d'un ministre et qui satisfait à l'une des conditions suivantes :
  - 1<sup>o</sup> tout ou partie de ses crédits de fonctionnement apparaissent sous ce titre, dans les prévisions budgétaires déposées devant l'Assemblée nationale ;
  - 2<sup>o</sup> la loi ordonne que son personnel soit nommé ou rémunéré suivant la *Loi sur la fonction publique* ;
  - 3<sup>o</sup> le gouvernement ou un ministre nomme au moins la moitié de ses membres ou administrateurs et au moins la moitié de ses frais de fonctionnement sont assumés directement ou indirectement par le Fonds consolidé du revenu ou les autres fonds administrés par un organisme visé par l'article 1 ou 2 de la présente annexe ou les deux à la fois.

4. Le Curateur public.
5. Tout organisme, autre que ceux mentionnés dans les articles 1, 2 et 3 de la présente annexe, institué par une loi, ou en vertu d'une loi, ou par une décision du gouvernement, du Conseil du trésor, ou d'un ministre et dont au moins la moitié des membres ou administrateurs sont nommés par le gouvernement ou un ministre.
6. Toute société à fonds social, autre qu'un organisme mentionné dans l'article 3 de la présente annexe, dont plus de 50 % des actions comportant le droit de vote font partie du domaine de l'État ou sont détenues en propriété par un organisme visé par les articles 1 à 3 et 5 de la présente annexe ou par une entreprise visée par le présent article.
7. Tout établissement d'enseignement de niveau universitaire visé aux paragraphes 1<sup>o</sup> à 11<sup>o</sup> de l'article 1 de la *Loi sur les établissements d'enseignement de niveau universitaire* (L.R.Q., chapitre E-14.1).
8. Tout collège d'enseignement général et professionnel institué en vertu de la *Loi sur les collèges d'enseignement général et professionnel* (L.R.Q., chapitre C-29).
9. Toute commission scolaire visée par la *Loi sur l'instruction publique* (L.R.Q., chapitre 1-13.3) ou par la *Loi sur l'instruction publique pour les autochtones cris, inuit et naskapis* (L.R.Q., chapitre 1-14), ainsi que le Conseil scolaire de l'île de Montréal.
10. Tout établissement privé agréé aux fins de subventions en vertu de la *Loi sur l'enseignement privé* (L.R.Q., chapitre E-9.1).
11. Tout autre établissement d'enseignement dont plus de la moitié des dépenses de fonctionnement sont payées sur les crédits apparaissant dans les prévisions budgétaires déposées à l'Assemblée nationale.
12. Tout établissement public ou privé conventionné ainsi que toute régie régionale visés par la *Loi sur les services de santé et les services sociaux* (L.R.Q., chapitre S-4.2).
13. Le conseil régional institué par la *Loi sur les services de santé et les services sociaux pour les autochtones cris* (L.R.Q., chapitre S-5).
14. Toute municipalité, tout organisme que la loi déclare mandataire ou agent d'une municipalité et tout organisme dont le conseil d'administration est composé majoritairement de membres du conseil d'une municipalité, de même que tout organisme relevant autrement de l'autorité municipale.
15. Toute communauté urbaine, régie intermunicipale, corporation intermunicipale de transport, tout conseil intermunicipal de transport, l'Administration régionale Kativik et tout autre organisme dont le conseil d'administration est formé majoritairement d'élus municipaux, à l'exclusion d'un organisme privé.



---

# Coordonnées de l'Office

---

Adresse Internet : [www.opc.gouv.qc.ca](http://www.opc.gouv.qc.ca)

---

## *BUREAUX ADMINISTRATIFS*

---

### **Québec**

400, boulevard Jean-Lesage, bureau 450  
Québec (Québec) G1K 8W4  
418 643-1484

### **Montréal**

5199, rue Sherbrooke Est, bureau 3671, aile A  
Montréal (Québec) H1T 3X2  
514 253-6556

---

## *BUREAUX RÉGIONAUX*

---

### **Abitibi-Témiscamingue**

255, avenue Principale, rez-de-chaussée 05  
Rouyn-Noranda (Québec) J9X 7G9  
1 888 672-2556

### **Bas-Saint-Laurent**

337, rue Moreault  
Rimouski (Québec) G5L 1P4  
1 888 672-2556

### **Capitale-Nationale – Chaudière-Appalaches**

400, boulevard Jean-Lesage, bureau 450  
Québec (Québec) G1K 8W4  
418 643-1484 ou 1 888 672-2556

**Côte-Nord**

456, rue Arnaud, bureau 1.05  
Sept-Îles (Québec) G4R 3B1

1 888 672-2556

**Estrie**

200, rue Belvédère Nord, bureau 3.02  
Sherbrooke (Québec) J1H 4A9

819 820-3694 ou 1 888 672-2556

**Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine**

96, montée Sandy Beach, bureau 1.02  
Gaspé (Québec) G4X 2W4

1 888 672-2556

**Laurentides – Lanaudière**

500, boulevard des Laurentides, bureau 1503-B  
Saint-Jérôme (Québec) J7Z 4M2

450 569-7585 ou 1 888 672-2556

**Centre-du-Québec – Mauricie**

100, rue Laviolette, rez-de-chaussée 11  
Trois-Rivières (Québec) G9A 5S9

819 371-6400 ou 1 888 672-2556

**Montréal – Laval – Montérégie**

5199, rue Sherbrooke Est, bureau 3671, aile A  
Montréal (Québec) H1T 3X2

514 253-6556 ou 1 888 672-2556

**Outaouais**

170, rue de l'Hôtel-de-Ville  
Gatineau (Québec) J8X 4C2

819 772-3016 ou 1 888 672-2556

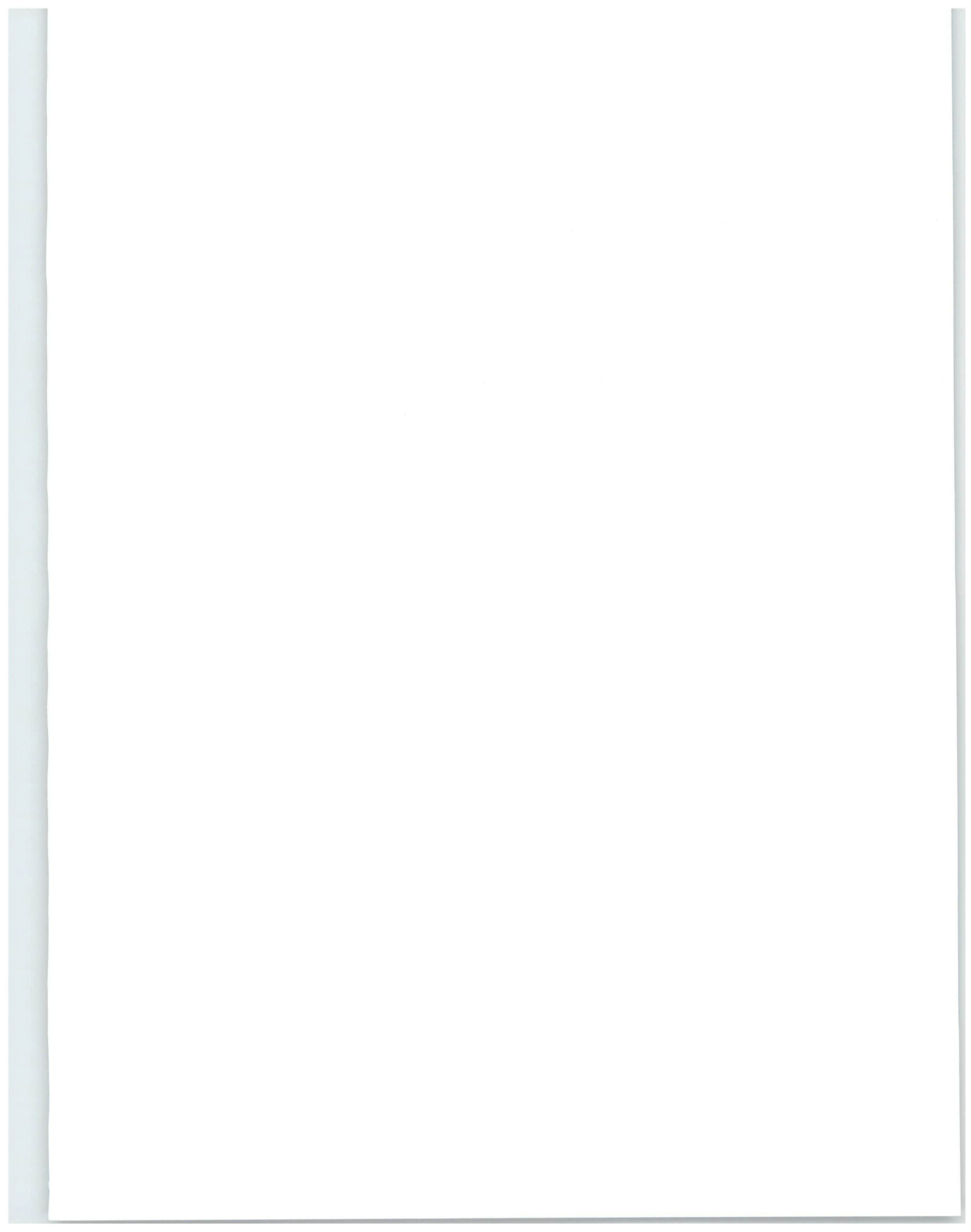
**Saguenay – Lac-Saint-Jean**

3950, boulevard Harvey, bureau 2.12  
Jonquière (Québec) G7X 8L6


418 695-8427 ou 1 888 672-2556







Office  
de la protection  
du consommateur

Québec 



6