



**Observations sur le projet de loi n° 178, Loi modifiant diverses dispositions
législatives concernant la protection du consommateur**

**Commentaires présentés à la
Commission des relations avec les citoyens**

Option consommateurs

8 mai 2018

Table des matières

DESCRIPTION DE L'INTERVENANTE, OPTION CONSOMMATEURS	3
Intérêt d'Option consommateurs pour cette consultation	3
FAITS SAILLANTS	4
LOI SUR LES ARRANGEMENTS PRÉALABLES DE SERVICES FUNÉRAIRES ET DE SÉPULTURE (ci-après LAPSFS)	4
Article 1, article 2 paragraphe 3 et article 4 (introduisant les articles 18.1 à 18.3 LAPSFS) ...	4
Article 6	5
L'absence de remède quant à certaines pratiques de l'industrie des services funéraires	6
La vente de services funéraires par commerce itinérant	7
L'assurance frais funéraires.....	8
LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR (ci-après « L.p.c.»).....	9
Article 13, introduisant la section V.3 sur les contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé.	9
Article 187.14 L.p.c. proposé	9
La faculté du consommateur de résoudre ou de résilier le contrat	10
Les contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé conclus avec un vendeur itinérant	12
L'absence de remède quant à certains des contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé	12
Interdiction, pour les commerçants, de faire de la sollicitation en personne dans certains établissements d'enseignement pour inciter à contracter une carte de crédit (art. 17 qui introduit l'art. 245.3 Lpc)	14
La définition du terme « solliciter »	18
La définition des termes « établissement du commerçant ».....	19
CONCLUSION ET PERSPECTIVES D'AVENIR	20

DESCRIPTION DE L'INTERVENANTE, OPTION CONSOMMATEURS

Issue du mouvement des associations coopératives d'économie familiale (ACEF), et plus particulièrement de l'ACEF de Montréal, Option consommateurs existe depuis 1983.

Option consommateurs compte sur une équipe d'une quinzaine de professionnels. Au fil des ans, elle a notamment développé une expertise dans les domaines du budget et de l'endettement, des services financiers, de la santé et de l'agroalimentaire, de l'énergie, du voyage, de l'accès à la justice, des pratiques commerciales et de la protection de la vie privée. Chaque année, nous rejoignons directement entre 7 000 et 10 000 consommateurs, accordons de nombreuses entrevues aux médias, siégeons à plusieurs comités de travail et conseils d'administration, réalisons des projets d'intervention d'envergure avec d'importants partenaires et produisons des rapports de recherche, des mémoires et des guides.

Intérêt d'Option consommateurs pour cette consultation

Depuis sa création, Option consommateurs s'intéresse aux problèmes des consommateurs québécois. En tant qu'association de consommateurs, elle reçoit tous les jours des plaintes de la part de consommateurs qui s'estiment lésés. Elle est donc bien placée pour dénoncer les pratiques commerciales de certaines entreprises dans les médias et devant les tribunaux. L'association agit pour protéger les droits des consommateurs; c'est pourquoi elle s'intéresse à toutes les modifications et les améliorations pouvant être apportées à la Loi sur la protection du consommateur (L.p.c.).

Dans le cadre de ses activités quotidiennes, l'association favorise le respect de la L.p.c. en renseignant la population sur ses droits et ses recours, en publiant divers textes et en donnant des conférences. Au cours des dernières décennies, Option consommateurs a aussi oeuvré à titre de représentante des membres dans une soixantaine d'actions collectives, notamment en matière de pratiques commerciales, de services financiers et de cartes de crédit.

Option consommateurs a pour mission de promouvoir et de défendre les droits et les intérêts des consommateurs et de veiller à ce qu'ils soient respectés. Dans cette optique, il est pertinent qu'elle puisse donner son avis sur le présent projet de réforme.

FAITS SAILLANTS

Option consommateurs se réjouit des nouvelles règles proposées par le projet de loi 178, qui vise à combler certaines lacunes, notamment celles de la *Loi sur la protection du consommateur* et de la *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture*. Les modifications suggérées dans le projet de loi sont d'une grande importance puisque les deux lois modifiées, qui ont été adoptées respectivement en 1978 et en 1987, sont désuètes à plusieurs égards et ne suffisent plus à protéger adéquatement les consommateurs. En effet, de nouvelles pratiques ont désormais cours et de nouveaux services sont maintenant offerts aux consommateurs sans faire l'objet de l'encadrement juridique approprié. Ce projet de loi constitue un petit pas de plus dans la bonne direction.

Nous nous réjouissons plus particulièrement des mesures suivantes:

- Meilleure protection pour les consommateurs qui achètent des services de frais funéraires et de sépulture après le décès;
- Établissement d'un pouvoir réglementaire permettant la constitution d'un registre des contrats d'arrangements préalables de services funéraires et des contrats d'achat préalable de sépulture;
- Meilleure protection des consommateurs qui concluent des contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé;
- Interdiction, pour les commerçants, de faire de la sollicitation en personne dans certains établissements d'enseignement pour inciter à contracter une carte de crédit.

Notons que l'absence de commentaires à l'égard de certains éléments du projet de loi ne doit pas être interprétée comme constituant un assentiment tacite à leur égard ou l'expression d'un désaccord.

Nous croyons cependant qu'il y a certaines dispositions dans le projet de loi qui mériteraient d'être améliorées. Voici nos commentaires sur les aspects les plus importants.

LOI SUR LES ARRANGEMENTS PRÉALABLES DE SERVICES FUNÉRAIRES ET DE SÉPULTURE¹ (ci-après LAPSFS)

Article 1, article 2 paragraphe 3 et article 4 (introduisant les articles 18.1 à 18.3 LAPSFS)

Option consommateurs appuie la proposition de modifier le titre de cette loi et d'étendre l'application de certaines dispositions aux contrats relatifs à des services funéraires ou de sépulture conclus après un décès. En effet, ces services représentent des sommes importantes pour les consommateurs.

De plus, lorsqu'un consommateur conclut un tel contrat, il est très vulnérable: il vient de perdre un proche et doit rapidement prendre les dispositions nécessaires à l'organisation des funérailles. Aussi, nous voyons d'un bon œil l'encadrement plus particulier de ces contrats.

¹ *Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture*, L.R.Q., chapitre A-23.001

Cependant, le 3^e paragraphe de l'article 2 LAPSFS proposé exclut l'application des chapitres II, III, IV et V aux contrats relatifs à des services funéraires ou de sépultures conclus après le décès. Ce qui implique que l'interdiction, prévue à l'article 3 LAPSFS (donc dans le chapitre II), de solliciter ou de conclure un contrat sans détenir un permis ne serait pas applicable pour ces contrats. Compte tenu du contexte de vulnérabilité des acheteurs, nous croyons que cette interdiction devrait aussi s'appliquer à ces contrats.

Option consommateurs recommande que l'interdiction de solliciter ou de conclure un contrat sans être titulaire d'un permis, prévue à l'article 3 LAPSFS, s'applique également aux contrats relatifs à des services funéraires ou de sépulture conclus après le décès.

Article 6

Le projet de loi confère au ministre le pouvoir, par voie de règlement, de constituer un registre des contrats d'arrangements préalables de services funéraires et des contrats d'achat préalable de sépulture. Option consommateurs est en faveur de la création d'un tel registre qui viendrait accroître la protection des consommateurs qui doivent acheter de tels services après un décès.

Tous les défunts ne laissent pas de façon simple et accessible à leur succession l'ensemble de l'information portant sur les mesures prises en prévision de leur décès. Or, tel que souligné plus tôt, leurs proches doivent prendre rapidement des décisions importantes, tout en devant composer avec le poids du deuil. Sans compter que, puisque les arrangements préalables peuvent être pris plusieurs années avant qu'un décès survienne, il peut arriver que des personnes vieillissantes aient oublié qu'elles ont déjà conclu de tels arrangements.

La création d'un registre permettrait donc d'éviter à la succession ainsi qu'à des consommateurs dont la mémoire fait dorénavant défaut d'engager inutilement des frais importants pour des services qui ont déjà été vendus et payés. Rappelons que ces frais payés en trop par les consommateurs représentent une somme qu'on estime à 7 437 728 \$ annuellement².

Option consommateurs recommande l'adoption de l'article 6.

Pour protéger le consommateur, encore faut-il qu'un règlement en vertu de cet article soit adopté. Aussi, nous invitons la ministre à adopter rapidement un tel règlement et à créer un registre des contrats d'arrangements préalables de services funéraires et des contrats d'achat préalable de sépulture.

² ANALYSE D'IMPACT RÉGLEMENTAIRE, *Loi modifiant diverses dispositions législatives concernant la protection du consommateur*, Office de la protection du consommateur et Raymond Chabot Grant Thornton, 8 mars 2018, En ligne: https://www.opc.gouv.qc.ca/fileadmin/media/documents/a-propos/Lois_reglements/AIR-Loi-Omnibus-8mars18.pdf

Le quatrième paragraphe de l'article 81.1 LAPSFS proposé permet que le règlement prévoit notamment une obligation, pour le vendeur, de consulter ledit registre et d'informer l'acheteur que les services qu'il s'apprête à se procurer ont déjà été achetés par la personne à laquelle ils sont destinés. Cependant, pour qu'une telle obligation soit efficace, encore faut-il que le consommateur la connaisse et dispose, le cas échéant, des moyens nécessaires pour la faire respecter. Aussi, nous recommandons que la loi prévoit expressément l'ajout au contrat d'une déclaration du vendeur quant au résultat de sa consultation au registre.

Advenant que la consultation du registre permette de constater l'existence d'un contrat d'arrangements préalables de services funéraires et/ou d'un contrat d'achat préalable de sépulture, le vendeur devrait avoir l'obligation de transmettre cette information au consommateur par le biais d'un avis écrit. De même, le contenu de cet avis devrait être suffisamment détaillé pour permettre à l'acheteur de connaître, au minimum, le nom et les coordonnées de l'entreprise ou, le cas échéant, des entreprises auprès desquels les services ont été achetés, de même que le numéro du contrat. À cet égard, on pourrait s'inspirer des registres des testaments et des mandats administrés par le Barreau du Québec ou la Chambre des notaires. Aussi, le défaut de respecter cette obligation de consultation et d'information devrait non seulement ouvrir la porte à une sanction pénale, mais aussi, avec les ajustements nécessaires, aux recours civils prévus aux articles 55 à 60 LAPSFS. Cela devrait également donner ouverture à la possibilité, pour le consommateur, de demander des dommages punitifs.

Option consommateurs recommande que l'article 56 de la LAPSFS soit modifié afin que les recours qui y sont prévus puissent être demandés, avec les ajustements nécessaires, en cas de défaut par le vendeur de respecter certaines obligations imposées par règlement.

L'absence de remède quant à certaines pratiques de l'industrie des services funéraires

L'article 39 de la LAPSFS oblige le vendeur à mettre à la disposition du public une liste des prix des biens et services qu'il offre. À l'heure actuelle, cette obligation ne s'applique pas aux contrats relatifs à des services funéraires ou de sépulture conclus après le décès. Le projet de loi actuel ne comble pas cette lacune.

Puisque les coûts des services funéraires et de sépulture représentent souvent des milliers de dollars et que les acheteurs de ces services sont vulnérables, nous saluons particulièrement l'introduction des 5^e et 6^e alinéas du nouvel article 18.3 LAPSFS obligeant le commerçant à inscrire au contrat conclu après le décès le prix de chaque bien et service ainsi que les différents totaux³.

Ces informations sont importantes et devraient figurer aux contrats. Cependant, la mesure proposée ne vient protéger l'acheteur qu'après la conclusion d'un contrat. Ce dernier devrait également pouvoir consulter une liste des prix des biens et services offerts afin de pouvoir donner un consentement libre et éclairé au contrat qu'il conclut alors qu'il est affligé d'un deuil. C'est pourquoi, nous recommandons que

³ Total des sommes que l'acheteur doit déboursier pour les biens, total des sommes que l'acheteur doit déboursier pour les services et prix total du contrat.

la loi soit modifiée afin de prévoir l'obligation de fournir à l'acheteur qui le demande une soumission détaillée dont le contenu serait encadré et qui devrait comprendre, avec les adaptations nécessaires, l'ensemble des informations qui sont déjà énumérées à l'article 18.3 LAPSFS proposé. Nous croyons qu'une telle mesure permettrait aux acheteurs de comparer les offres des différents fournisseurs de services et de faire un choix éclairé, tout en favorisant la concurrence.

Ajoutons qu'il reste difficile pour un consommateur de pouvoir adéquatement comparer les prix, voire de pouvoir utiliser certains biens ou services offerts par une entreprise tierce (ex. achat d'une urne ou d'un cercueil)⁴. Il est également difficile pour l'acheteur de savoir lesquels des services offerts sont obligatoires ou optionnels. Aussi, nous croyons que la loi devrait être modifiée afin de permettre une plus grande transparence à cet égard.

Finalement, nous craignons que la pratique de certains fournisseurs de services funéraires consistant à imposer des biens ou services obligatoires n'ouvre la porte à des situations d'abus, notamment quant au prix des biens et services offerts. À titre d'exemple, il appert que certains fournisseurs de services obligent les acheteurs à acheter le cercueil par leur intermédiaire, ce qui les empêche de pouvoir se le procurer auprès d'un tiers qui demanderait un prix inférieur. Aussi, nous croyons que ce type de pratique devrait être encadré, soit dans la loi, soit dans un règlement. Ici encore, nous croyons qu'un meilleur encadrement de ces pratiques favoriserait une plus grande concurrence.

Option consommateurs recommande que la loi soit modifiée afin de prévoir l'obligation de fournir à l'acheteur qui le demande une soumission détaillée dont le contenu serait encadré et qui devrait comprendre, avec les adaptations nécessaires, l'ensemble des informations qui sont déjà énumérées à l'article 18.3 LAPSFS proposé.

Option consommateurs recommande également qu'il soit interdit aux fournisseurs de services funéraires de refuser les biens (ex : urnes, cercueils, fleurs, etc.) en provenance de fournisseurs tiers.

La vente de services funéraires par commerce itinérant

Option consommateurs est déçue et surprise de constater que le projet de loi ne contient aucune mention quant au Décret concernant l'adoption de règles de conduite en matière de vente d'arrangements préalables de services funéraires et de sépulture par commerce itinérant⁵.

Ce décret, entré en vigueur le 1er janvier 1998⁶, impose l'usage de saines pratiques aux acteurs de l'industrie des arrangements préalables de services funéraires et de sépulture par commerce itinérant. Par exemple, il interdit de faire de la sollicitation dans les hôpitaux, centres d'accueil, résidences privées pour aînés ou toute autre institution similaire, ou à partir de listes de personnes ayant séjourné dans un

⁴ À titre d'exemple, voir le reportage de l'émission J.E. diffusée le 19 octobre 2017, sur les ondes de TVA. <http://www.tvanouvelles.ca/2017/10/19/comment-eviter-les-pieges-des-services-funeraires>

⁵D. 1704-97, 1997 G.O. 2, 8172, P-40.1, r. 1

⁶ Décret 1704-97 du 17 décembre 1997, reconduisant le Décret 1533-93 du 3 novembre 1993.

tel établissement, sauf à la demande expresse des personnes sollicitées⁷. C'est également ce décret qui interdit la sollicitation téléphonique⁸, la sollicitation faite sciemment auprès d'une personne qui vient de perdre un proche⁹ et d'autres pratiques qui choquent la morale commune.

Or, ce décret s'applique expressément à la vente de services préalables. Rien dans le projet de loi 178 ne laisse penser que l'application de ce décret sera étendue à la sollicitation de contrats de services funéraires ou de sépulture conclus après le décès.

Tel que mentionné plus tôt, les gens endeuillés constituent une clientèle vulnérable, qui mérite un niveau élevé de protection contre les pratiques commerciales abusives et déloyales.

Option consommateurs recommande que l'application du *Décret concernant l'adoption de règles de conduite en matière de vente d'arrangements préalables de services funéraires et de sépulture par commerce itinérant* soit étendue à la vente de services funéraires ou de sépulture conclus après le décès.

L'assurance frais funéraires

Dans le cadre du projet de loi 141 présenté par le Ministre des Finances, il est proposé de modifier le *Code civil du Québec* ainsi que la LAPSFS afin de permettre la vente d'assurances frais funéraires. Or, Option consommateurs s'oppose à ces modifications et fait sienne les motifs exprimés par la Coalition des associations de consommateurs dans son mémoire présenté à la Commission des finances publique¹⁰.

⁷ *Décret concernant l'adoption de règles de conduite en matière de vente d'arrangements préalables de services funéraires et de sépulture par commerce itinérant*, D. 1704-97, 1997 G.O. 2, 8172, RLRQ c. P-40.1, r. 1, articles 10 et 11. En ligne: <http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cr/P-40.1,%20r.%201>

⁸ *Décret concernant l'adoption de règles de conduite en matière de vente d'arrangements préalables de services funéraires et de sépulture par commerce itinérant*, D. 1704-97, 1997 G.O. 2, 8172, RLRQ, P-40.1, r. 1, article 16. En ligne: <http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cr/P-40.1,%20r.%201>

⁹ *Décret concernant l'adoption de règles de conduite en matière de vente d'arrangements préalables de services funéraires et de sépulture par commerce itinérant*, D. 1704-97, 1997 G.O. 2, 8172, RLRQ, P-40.1, r. 1, article 12. En ligne: <http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cr/P-40.1,%20r.%201>

¹⁰ Coalition des associations de consommateurs du Québec, *Araignée du matin, chagrin: le projet de loi 141 et la protection du consommateur*, Mémoire soumis à la Commission des finances publiques, 17 janvier 2018.

LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR¹¹ (ci-après « L.p.c.»)

Article 13, introduisant la section V.3 sur les contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé.

Option consommateurs se réjouit de la proposition d'encadrer plus spécifiquement les contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé, aussi connus comme des contrats de vacances à temps partagé. Ce type de contrat peut, lui aussi, représenter pour le consommateur des frais divers totalisant des milliers de dollars. De plus, certains commerçants offrant ce type de contrat ont des pratiques douteuses, qui ont d'ailleurs fait l'objet de reportages¹² et de procédures judiciaires. On leur reproche notamment d'exercer des pressions au moment de la signature du contrat, ce qui place le consommateur dans une position de vulnérabilité.

Option consommateurs est globalement en accord avec l'approche proposée par le projet de loi. Nous saluons particulièrement que la loi fixe des exigences minimales quant au contenu et à la forme des contrats, de même que la possibilité donnée au consommateur de résoudre son contrat à sa seule discrétion dans les délais requis.

Article 187.14 L.p.c. proposé

Cet article prévoit ce que devra contenir minimalement le contrat. Il prévoit également que le contrat devra être fait selon le modèle prévu par règlement. À noter, ce règlement pourra aussi imposer l'inclusion au contrat de renseignements supplémentaires.

Nous supportons bien entendu le principe de transparence qui sous-tend cette obligation. Cependant, à la lecture de l'article 187.14 L.p.c. tel que proposé, nous constatons que les renseignements devant figurer au contrat sont nombreux et qu'ils sont tous importants. À cause de cela, nous craignons qu'un consommateur moyen, peu habitué à lire de tels documents et peu familier avec le vocabulaire juridique, se sente rapidement submergé par la quantité d'information.

Option consommateurs recommande que le modèle de contrat qui sera proposé par règlement présente l'information dans un langage clair et facile à comprendre pour le consommateur, et qu'il le fasse dans un format qui facilitera le repérage des éléments les plus importants. Pour créer ce modèle, on pourrait notamment s'inspirer du contrat de services à exécution successive de service fourni à distance qui impose la divulgation de ces informations de façon claire et lisible au tout début du contrat¹³.

¹¹ *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., chapitre P-40.1

¹² À titre d'exemples, voir <https://www.protegez-vous.ca/Nouvelles/Loisirs-et-famille/Vacances-a-temps-partage-rarement-une-bonne-idee>, La facture: <https://www.youtube.com/watch?v=D16jpwdQMYU>, et <http://www.journaldemontreal.com/2013/12/06/comment-soutirer-10-000--en-moins-de-2-heures>

¹³ *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*, R.R.Q. chapitre P-40.1, r. 3, art. 79.8, En ligne: <http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cr/P-40.1,%20r.%203>

La faculté du consommateur de résoudre ou de résilier le contrat

Option consommateurs salue la possibilité, pour le consommateur, de résoudre son contrat à sa seule discrétion dans les délais requis.

L'article 187.21 L.p.c. proposé accorde en effet au consommateur un temps de réflexion de 10 jours, à l'image du délai qu'accorde déjà la L.p.c. lors de la conclusion d'un contrat avec un commerçant itinérant. Ce délai serait d'un an advenant que certaines règles de formation ne soient pas respectées.

Toutefois, nous croyons que le délai proposé pour procéder à une telle résolution ne devrait pas toujours commencer à courir à partir de la conclusion du contrat. En effet, ces contrats sont souvent conclus à l'occasion d'un voyage et il peut arriver que le consommateur soit toujours en voyage après l'écoulement du délai imparti. Au mieux, le délai sera écoulé quelques jours à peine après son retour à la maison et à la réalité. Ces circonstances ne sont pas idéales pour réfléchir à la portée de l'acte juridique conclu. Dans de telles circonstances, nous suggérons que ce délai soit fixé à partir du moment où le consommateur est de retour à son domicile.

Option consommateurs recommande que le délai de résolution du contrat de droits d'hébergement en temps partagé soit de 10 jours à partir de la date de retour du consommateur à son domicile, lorsque le contrat est conclu à l'occasion d'un voyage.

L'article 187.26 proposé permet au consommateur de résilier le contrat sans frais ni pénalité avant que le commerçant ait commencé à exécuter son obligation. Nous en déduisons que cet article doit être lu en parallèle avec le paragraphe g) de l'article 187.14 proposé, qui détaille le contenu obligatoire du contrat.

Si un consommateur désirait résilier le contrat plus tard, l'article 187.13 proposé fait en sorte que nous devrions nous tourner vers les règles plus générales du contrat de service prévues au *Code civil du Québec*. Cela signifie que le consommateur pourrait résilier le contrat unilatéralement à sa seule discrétion, mais devrait payer au commerçant « en proportion du prix convenu, les frais et dépenses actuelles, la valeur des travaux exécutés avant la fin du contrat ou avant la notification de la résiliation, ainsi que, le cas échéant, la valeur des biens fournis, lorsque ceux-ci peuvent lui être remis et qu'il peut les utiliser. »¹⁴ À cela s'ajoute également le préjudice qu'aurait subi le commerçant.

Nous croyons que ces dommages, peuvent aisément servir de prétexte pour imposer des pénalités injustifiées. Parce qu'il serait ardu pour le consommateur d'évaluer le caractère juste et raisonnable du préjudice allégué subi par le commerçant, cette situation ouvre la porte à des réclamations potentiellement très élevées de la part du commerçant.

Nous croyons donc qu'une formule simple et claire, à l'image de celle que prévoit la L.p.c. en matière de contrat de service à exécution successive, serait à privilégier. Compte tenu que la durée de ce type de

¹⁴ Article 2129 al. 1 C.c.Q.

contrat peut être très longue, nous croyons également que la pénalité prévue – qui devrait elle aussi être à l’image de ce qui est prévu dans la L.p.c. –, doit être plafonnée.

Option consommateurs recommande que la loi prévoie une méthode simple de calcul de la pénalité en cas de résiliation du contrat par le consommateur après que le commerçant ait commencé à exécuter son obligation. Option consommateurs recommande également que la loi fixe, en de tels cas, une pénalité maximale.

Tels que mentionné précédemment, la durée des contrats relatifs aux droits d’hébergement en temps partagé peut s’étendre sur de nombreuses années. Ainsi, à titre d’exemples, la durée de ces contrats peut être de 3 ans¹⁵, 10 ans¹⁶ ou même 39¹⁷ ans. Nous croyons que la loi devrait prévoir une durée maximale pour ce type de contrat.

Option consommateurs recommande que la loi fixe une durée maximale aux contrats relatifs aux droits d’hébergement en temps partagé.

De même, selon l’article 2127 C.c.Q., il n’est pas certain que le décès du consommateur mette un terme à ce contrat. Or, il nous apparaît abusif que la succession d’un consommateur soit liée, potentiellement pour de nombreuses années, à un tel contrat ou soit forcée de payer une pénalité élevée pour y mettre fin.

Option consommateurs recommande qu’en cas de décès du consommateur, le contrat relatif aux droits d’hébergement en temps partagé soit résilié de plein droit, sans pénalité, ou que la succession dispose d’un délai afin d’aviser le commerçant de son intention de continuer le contrat ou de le résilier sans pénalité.

Advenant que le législateur privilégie qu’une pénalité puisse être exigée, celle-ci devrait être déterminée selon une formule facile à calculer, jusqu’à concurrence d’une pénalité maximale fixée par la loi.

¹⁵ *De Bellefeuille c. Club vacances Toutes Saisons*, 2016 QCCQ 5494

¹⁶ *Brault c. Club Le Céleste inc.*, 2016 QCCQ 6171

¹⁷ *Bériault c. Groupe Laro Alta inc.*, 2017 QCCQ 10839

Les contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé conclus avec un vendeur itinérant

Il n'est pas rare que des commerçants invitent des consommateurs à assister à une rencontre d'information qui a lieu dans une salle de conférence quelconque afin de leur faire signer, souvent sous pression, un contrat relatif à des droits d'hébergement en temps partagé. Dans un tel contexte, ce contrat se qualifierait comme un contrat conclu avec un commerçant itinérant. Or, nous craignons qu'il puisse y avoir de la confusion quant au régime et remède pouvant s'appliquer en de telles circonstances: devrait-on appliquer les articles 55 à 65 L.p.c. ou les articles 187.10 à 187.27 L.p.c. proposés? Pour pallier à cette possible confusion, nous proposons qu'un article soit ajouté afin de rendre applicable en même temps ces deux régimes, avec les ajustements nécessaires. Cela impliquerait notamment que les commerçants qui utilisent ce modèle d'affaire soient soumis à l'obligation de détenir un permis de commerçant itinérant, en plus de devoir fournir un cautionnement.

Option consommateurs recommande l'ajout d'un article à la section V.3 proposée prévoyant que la section II s'applique également lorsque le commerçant qui conclut avec un consommateur un contrat relatif à des droits d'hébergement en temps partagé est un commerçant itinérant. S'il y avait disparité ou contradiction entre les obligations et les recours prévus dans ces sections, ceux étant les plus favorables au consommateur devraient s'appliquer.

L'absence de remède quant à certains des contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé

Selon ce que nous avons constaté, il arrive que ce type de contrat soit signé par des consommateurs alors qu'ils se trouvent à l'étranger. Dans de tels cas, cette nouvelle protection pourrait ne pas trouver application, notamment si le consommateur n'a pas d'abord été sollicité au Québec¹⁸.

Nous sommes conscients que cette situation peut relever davantage du droit international privé que de la L.p.c. Cependant, nous invitons le législateur à user de créativité afin de trouver une façon de mieux protéger les consommateurs québécois.

Selon ce qui nous a été rapporté par des consommateurs avec qui nous avons été en contact, le consommateur est généralement sollicité alors qu'il se trouve sur un complexe hôtelier. Il arrive que l'entreprise étrangère ait un pied à terre enregistré auprès du Registraire des entreprises du Québec, ce qui laisse planer peu de doute quant à la clientèle visée.

Par exemple, au Mexique, cette situation est à ce point problématique que le PROFECO, qui est en quelque sorte l'équivalent mexicain de l'Office de la protection du consommateur, a jugé bon de publier

¹⁸ Code civil du Québec, article 3117. En ligne: <http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/showdoc/cs/CCQ-1991>

une fiche d'information en anglais sur son site web¹⁹. De même, le gouvernement canadien a publié une page dédiée à cette problématique qui explique aux consommateurs canadiens la procédure pour porter plainte au PROFECO²⁰.

Nous croyons que certaines pistes de solution pourraient être explorées. Ainsi, lorsqu'une entreprise étrangère est enregistrée auprès du Registre québécois des entreprises et qu'elle a une adresse au Québec, le consommateur qui signe avec elle, alors qu'il est à l'étranger, un contrat relatif aux droits d'hébergement en temps partagé, devrait pouvoir bénéficier de la protection proposée par le présent projet de loi. Cela devrait être le cas même si le contrat a été sollicité et conclu à l'étranger.

Lorsque la sollicitation se fait dans le complexe hôtelier où loge un consommateur qui a acheté son voyage auprès d'un agent de voyage, d'autres solutions pourraient être envisagées. Par exemple, il pourrait être pertinent d'exiger des agents de voyage qu'ils s'assurent que leurs fournisseurs ne permettent pas ce type de pratique²¹. L'idée, ici, n'est pas nécessairement d'ouvrir la porte à un recours contre l'agence de voyage - quoique cela demeure une possibilité -, mais d'offrir au consommateur une autre solution, comme un droit de résolution du contrat, qui pourrait alors être transmis dans les 10 jours de la fin du voyage. Cependant, si, sur le complexe hôtelier, un représentant de l'agence de voyage est présent lors des représentations faites concernant le contrat relatif aux droits d'hébergement en temps partagé, et surtout, s'il agit à comme interprète ou qu'il prend activement part à la sollicitation, nous croyons que l'ensemble des règles proposées devraient s'appliquer au contrat conclu à l'étranger, à l'exception du délai de résolution qui ne devrait débuter qu'à compter du retour du voyage, et que cela devrait également entraîner la responsabilité de l'agence en vertu du principe de la responsabilité du commettant pour les actes posés par son préposé²².

Option consommateurs recommande que le législateur use de créativité pour soumettre les contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé sollicités et conclus à l'étranger à la L.p.c., notamment lorsque le commerçant possède un établissement au Québec, et lorsque le préposé d'une agence de voyage avec laquelle le consommateur a contracté est présent ou participe à la sollicitation.

Option consommateurs recommande également que les agences de voyage aient l'obligation de s'assurer que leurs fournisseurs ne permettent pas ce type de pratique

¹⁹ https://www.profeco.gob.mx/Folletos/TIEMPOS_COMPARTIDOS_INGLES.pdf

²⁰ <http://www.canadainternational.gc.ca/mexico-mexique/consul/faqcons.aspx?lang=fr>

²¹ Ce type de solution a déjà été mis en place dans d'autres domaines: « On pourrait aussi s'inspirer de l'article 17 de la Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé afin de préciser que le commerçant faisant affaire au Québec doit s'assurer que ses cocontractants étrangers se conforment à l'égard de leurs clients québécois aux exigences de la LPC et refuser au cas contraire de faire affaire avec eux. » Coalition des associations de consommateurs du Québec, *Temps et complications: voyages, dernier voyage, crédit et le projet de loi 178*, Mémoire soumis à la Commission des relations avec les citoyens

²² *Code civil du Québec*, article 1463 En ligne: <http://legisquebec.gouv.qc.ca/fr/showdoc/cs/CCQ-1991>

Interdiction, pour les commerçants, de faire de la sollicitation en personne dans certains établissements d'enseignement pour inciter à contracter une carte de crédit (art. 17 qui introduit l'art. 245.3 Lpc)

Option consommateur accueille favorablement cette nouvelle disposition qui empêcherait, dans un établissement visé aux paragraphes a), b) et e) à g.1) de l'article 188, un commerçant de solliciter en personne un consommateur pour qu'il se procure une carte de crédit. Cependant, nous estimons cette mesure trop timide et croyons que cette interdiction devrait être beaucoup plus large.

La sollicitation dans les universités

Option consommateurs est d'avis que la sollicitation devrait aussi être interdite dans les universités. L'une des finalités de la L.p.c. est de protéger les consommateurs lorsque le contexte les place dans une situation de vulnérabilité. Or, le contexte dans lequel a lieu la sollicitation, à savoir dans les établissements d'enseignement, place les étudiants en situation de vulnérabilité, et ce, indépendamment leur âge ou de leur niveau d'études.

Au cours de la dernière décennie, une hausse importante de l'endettement chez les jeunes, entre autres par l'expansion du recours aux cartes de crédit, a été constatée²³. Selon des données obtenues en 2010 auprès de jeunes universitaires du premier cycle, le recours à la carte de crédit était la deuxième source d'endettement la plus importante, dans une proportion d'environ 27 %; la première source était l'aide financière aux études (AFE)²⁴.

En 2009, l'Union des consommateurs a rendu publique une étude démontrant que 71 % des Québécois âgés de 18 à 29 ans possédaient au moins une carte de crédit, comparativement à 25 % en 1986²⁵. De plus 22 % des répondants avaient mentionné qu'ils s'étaient procuré leur carte à la suite de la pression subie dans le cadre d'une sollicitation²⁶. Il existe donc une relation de cause à effet entre ces deux variables.

Également, les études démontrent que plus les étudiants sont âgés, plus la probabilité augmente qu'ils aient deux cartes de crédit ou plus (24 % chez les 20 ans ou moins et 52 % chez les 30 ans ou plus)²⁷. La même tendance se profile concernant la probabilité d'avoir contracté une dette auprès d'une institution

²³ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 4

²⁴ Fédération étudiante universitaire du Québec, *Sources et modes de financement des étudiants de 1er cycle au Québec*, 2010, p. 65

²⁵ Union des consommateurs, *La perception du crédit par les jeunes: chronique d'un surendettement annoncé?*, 2012, p.16

²⁶ Union des consommateurs, *La perception du crédit par les jeunes: chronique d'un surendettement annoncé?*, 2012, p.16

²⁷ Consortium Canadien de recherche sur les étudiants universitaires, *Enquête de 2015 auprès des étudiants de dernière année : Rapport général*, 2015, p.35

financière (6 % chez les 20 ans ou plus et 25 % chez les 30 ans ou plus)²⁸. Parmi les étudiants ayant un solde impayé, la dette moyenne croît aussi avec l'âge : elle passe de 1 002 \$ chez les 20 ans ou moins à 5 099\$ chez les 30 ans ou plus²⁹. Concernant le niveau de la dette moyenne chez les étudiants, il passe de 22 505 \$ chez les 20 ans ou moins à 36 135 \$ chez les 30 ans ou plus³⁰. Les étudiants endettés sont plus susceptibles d'être victimes du phénomène de la spirale de l'endettement, c'est-à-dire d'être aux prises avec plusieurs sources d'endettement différentes³¹. À titre d'exemple, 36 % des étudiants ne présentent qu'une seule source de dette, 22 % en cumulent deux, alors que 7 % se retrouvent aux prises avec trois sources³². Dans une même mesure, le fait d'être endetté au collégial augmente le risque d'être endetté à l'université³³.

Comme ces données le démontrent, d'une part les étudiants utilisent de plus en plus le crédit et, d'autre part, l'âge ne tend pas à diminuer la vulnérabilité des utilisateurs de cartes de crédit. Bien au contraire, une corrélation positive entre l'âge et le niveau de dette se constate. Il est donc mal fondé de croire que les étudiants majeurs n'ont pas à être protégés contre ce type de sollicitation. Il faut également tenir compte du fait que certains étudiants sont plus vulnérables que d'autres et, par conséquent, plus susceptibles de s'endetter. Nous pensons notamment aux étudiants plus âgés, à ceux provenant de milieux socio-économiques défavorisés et à ceux ayant des enfants à charge³⁴. Il importe de mentionner que l'endettement entraîne des impacts psychologiques importants pouvant même aller jusqu'à entraîner le décrochage scolaire³⁵. Le taux de faillite chez les 18-25 ans a également augmenté au cours des dernières années passant de 11,9 % en 2012 à 13,2 % en 2017³⁶.

L'influence des institutions financières tend à se manifester sur la majorité des campus postsecondaires. Nous y retrouvons fréquemment des représentants qui y font la promotion de différents produits financiers³⁷. Ces institutions arguent souvent qu'elles sont présentes sur les campus dans le but d'offrir

²⁸ Consortium Canadien de recherche sur les étudiants universitaires, *Enquête de 2015 auprès des étudiants de dernière année : Rapport général*, 2015, p. 37

²⁹ Consortium Canadien de recherche sur les étudiants universitaires, *Enquête de 2015 auprès des étudiants de dernière année : Rapport général*, 2015, p. 35

³⁰ Consortium Canadien de recherche sur les étudiants universitaires, *Enquête de 2015 auprès des étudiants de dernière année : Rapport général*, 2015, p. 37

³¹ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 135

³² Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 47

³³ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 76

³⁴ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 86

³⁵ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 35

³⁶ <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1095952/naila-rabel-projet-de-loi-178-lise-theriault>

³⁷ La Fédération canadienne des étudiantes et étudiants, « *L'économie politique de l'endettement étudiant au Canada* », 2017, p.13

de l'information sur différents produits financiers³⁸. Nous sommes persuadés que leur réelle motivation est plutôt de promouvoir et de vendre des produits financiers et non de fournir de l'information. Comme l'a écrit l'Union des consommateurs:

« [...] les institutions financières sont en conflit d'intérêts lorsqu'il est question d'offrir de l'information sur des produits qu'elles vendent par ailleurs. En effet, une entreprise qui tire ses profits notamment des frais, qu'ils soient d'intérêt ou autres, que doivent payer des consommateurs qui ne payent pas à temps leur carte de crédit sera peut-être moins inclinée [sic] à insister sur l'importance de payer en entier le solde d'une carte de crédit plutôt que de n'effectuer [sic] le paiement minimum. Elle pourra être tentée de maximiser les avantages d'un produit ou d'un autre selon les profits qu'elle-même peut en tirer. »³⁹

Il importe de mentionner que les étudiants ont une conception plutôt biaisée du crédit. Des études ont démontré qu'il existe un écart non négligeable entre la perception qu'ont les jeunes du crédit et leur attitude quand vient le temps de l'utiliser⁴⁰. Majoritairement, les jeunes croient que l'utilisation du crédit est un moyen de se constituer un bon dossier de crédit. Dans certains cas, cette croyance semblerait provenir des institutions financières elles-mêmes⁴¹. Les coûts associés au prêt ne sont que rarement mentionnés et expliqués, ce qui tend à expliquer l'ignorance de plusieurs jeunes quant aux taux d'intérêts associés à leur carte de crédit⁴². À titre d'exemple, selon un rapport de 2004-2005 publié par l'Union des consommateurs et effectué auprès d'une population étudiante, 65 % des détenteurs de cartes de crédit ignoraient le taux d'intérêt qui leur était imposé⁴³. Les institutions financières tentent également d'attirer les étudiants en leur proposant des programmes de points, espérant ainsi favoriser une fidélisation, ou encore en leur proposant des offres spécialisées⁴⁴. « Dans tous les cas, on insiste sur l'idée qu'il s'agit d'une solution adaptée aux besoins des étudiants. »⁴⁵

Bref, les étudiants universitaires présentent plusieurs facteurs qui les prédisposent à une grande vulnérabilité à l'endettement, d'une part en raison de leur faible connaissance des risques y étant

³⁸ La Fédération canadienne des étudiantes et étudiants, « *L'économie politique de l'endettement étudiant au Canada* », 2017, p.13

³⁹ Union des consommateurs, *La perception du crédit par les jeunes: chronique d'un surendettement annoncé?*, 2012, p. 41

⁴⁰ Union des consommateurs, *La perception du crédit par les jeunes: chronique d'un surendettement annoncé?*, 2012, p. 22

⁴¹ Union des consommateurs, *La perception du crédit par les jeunes: chronique d'un surendettement annoncé?*, 2012, p. 30

⁴² Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 19

⁴³ Union des consommateurs, *Cartes de crédit et jeunes : une combinaison fatale?*, 2005, p.41

⁴⁴ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 13-14

⁴⁵ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 14

associés et, d'autre part, en raison de leur niveau d'endettement, qui dépasse leurs capacités financières⁴⁶.

Il était, jusqu'en 2011, de pratique usuelle de voir des partenariats s'effectuer entre des associations étudiantes et des institutions financières. De façon générale, une institution financière commanditait une association étudiante, en échange de quoi elle avait l'autorisation de solliciter et de présenter ses produits financiers aux étudiants, et ce, à l'intérieur des locaux de l'université⁴⁷. Il semble que ce type d'ententes soit désormais moins fréquent, mais nous n'avons aucun portrait clair de l'ampleur de la pratique à l'heure actuelle. Selon nous, les universités et les associations étudiantes ne devraient tout simplement pas recourir à ce type de pratique puisque cela peut inciter les étudiants à se procurer du crédit.

Option consommateurs recommande de modifier l'article 17 qui introduit l'art. 245.3 L.p.c. afin d'y inclure les établissements d'enseignement visés par le paragraphe c de l'article 188 L.p.c.

Les autres types de crédit

Nous sommes d'avis que l'interdiction de sollicitation ne devrait pas se limiter aux cartes de crédit, mais devrait plutôt viser l'ensemble des produits de crédit, notamment les marges de crédit.

L'utilisation d'une marge de crédit peut *a priori* sembler intéressante puisque son taux d'intérêt est souvent bien moins élevé que celui d'une carte de crédit. Cependant, les intérêts courent dès l'emprunt et la limite octroyée est beaucoup plus élevée que celle offerte avec une carte de crédit⁴⁸. Également, contrairement aux cartes de crédit qui exigent qu'un paiement minimum soit effectué, les marges de crédit permettent souvent à leur utilisateur de ne payer que les intérêts courus, ce qui a pour corollaire qu'il n'entame jamais le remboursement du capital.

Selon une étude de 2011, la majorité des institutions offraient une marge maximale annuelle de 10 000 \$, avec un maximum d'endettement de 40 000 \$, pour une durée de quatre années d'étude⁴⁹. Tout porte à croire que ce seuil pourrait être plus élevé aujourd'hui.

Certaines institutions financières, présentent la marge de crédit comme étant un mode de financement complémentaire des études universitaires, allant même parfois jusqu'à encourager les étudiants à

⁴⁶ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 136

⁴⁷ <https://www.lesoleil.com/actualite/education/institutions-financieres-a-la-faculte-de-medecine-sollicitation-interrompue-5a841f806e74348a97f8646ccd1aeeeb>

⁴⁸ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 12

⁴⁹ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 14

financer l'ensemble de leurs études sur une marge de crédit⁵⁰. On dénote principalement deux types d'offres de marges de crédit : des offres générales ouvertes à tous les étudiants et des offres spécifiques destinées seulement aux étudiants de programmes jugés rentables d'un point de vue économique⁵¹. Dans ce second cas de figure, la somme octroyée sous forme de marge de crédit varie de 25 000 \$ à 200 000 \$⁵². Malheureusement, cette prémisse de rentabilité ne se concrétise pas toujours et les étudiants nouvellement diplômés peuvent se retrouver dans une situation financière précaire⁵³. À titre d'illustration, selon un rapport émis par le Jeune Barreau de Montréal en 2015, la proportion d'avocats qui se retrouvent sans emploi après leur stage a augmenté de 54 % au cours des dix dernières années⁵⁴.

Option consommateurs recommande que l'interdiction de sollicitation ne soit pas limitée aux cartes de crédit, mais qu'elle vise l'ensemble des produits de crédit, notamment les marges de crédit, et ce, à l'exception de l'aide financière aux études octroyée par le ministère de l'Éducation et de l'Enseignement Supérieur du Québec.

La définition du terme « solliciter »

Selon le nouvel article 245.3, il sera interdit de « solliciter » en personne un consommateur pour qu'il se procure une carte de crédit. Or, la loi devra ajouter une définition précise de ce terme afin d'éviter toute ambiguïté. En règle générale, les dictionnaires d'usage, définissent ainsi la sollicitation : « [...] action de solliciter – 1. Invite, tentative insistante, susceptible d'entraîner. 2. Démarche insistante, démarche pressante. »⁵⁵

Du point de vue du droit du travail, les tribunaux exigent normalement, pour qu'il y ait violation d'une clause de non sollicitation : « l'accomplissement d'un geste positif visant une personne à agir de façon prédéterminée [...]. La sollicitation doit être active, caractérisée bien souvent par des éléments de

⁵⁰ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 15-16

⁵¹ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 16

⁵² Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p. 17 et 138

⁵³ Fédération étudiante universitaire du Québec, *L'endettement étudiant : état des lieux, déterminants et impacts*, 2011, p.138

⁵⁴ Jeune Barreau de Montréal, *Situation de l'emploi chez les jeunes avocats du Québec*, 2015, p. 5

⁵⁵ Patrick L. BENAROCHE, « La non-sollicitation : paramètres juridiques applicables en matière d'emploi », dans *Développements récents sur la non concurrence*, 2008, Barreau du Québec - Service de la formation continue, vol. 289, Cowansville, Éditions Yvon Blais, 2008, p. 186; Le Petit Robert, 2004

« persistance » et de « pression ». Elle doit également être plus qu'une simple invitation générale et impersonnelle⁵⁶.

Ce même raisonnement a été appliqué par les tribunaux en droit de la consommation où, encore une fois, l'emphase a été mise sur la notion d'insistance⁵⁷. Il faudra déterminer si le simple fait, pour une institution financière, d'avoir un kiosque sur les lieux d'un établissement d'enseignement sera considéré comme étant de la sollicitation au sens de la loi ou si on y verra plutôt une invitation générale et impersonnelle.

D'autre part, la terminologie employée dans le projet de loi laisse entendre que seule la sollicitation en personne, faite par un représentant du commerçant, serait interdite. Là encore, Option consommateurs est d'avis que cette proposition est nettement insuffisante. En effet, les étudiants peuvent être sollicités de plusieurs façons, et ce, tant par le commerçant ou son représentant, soit par l'entremise d'un intermédiaire. La sollicitation pourrait par exemple être effectuée par les associations étudiantes, *via* l'envoi de courriels invitant les étudiants à se procurer du crédit auprès d'institutions financières.

Toujours dans la même optique, ce n'est pas uniquement la sollicitation active qui devrait être interdite, mais bien toute forme de publicité relative aux produits de crédit, mis à part l'aide financière aux études. Le libellé actuel sous-entend qu'un commerçant ne pourrait pas solliciter les étudiants en personne dans l'établissement, mais pourrait y laisser des dépliants ou encore installer des affiches incitant ainsi les étudiants à se procurer une carte de crédit.

Option consommateurs recommande que le projet de loi soit modifié afin d'interdire toute forme de sollicitation sur le crédit dans les établissements d'enseignement, à l'exception de l'aide financière aux études, que cette sollicitation soit directe ou indirecte, en personne ou par écrit, et qu'elle soit faite par le commerçant, son représentant, ou un tiers.

La définition des termes « établissement du commerçant »

Le second alinéa de l'article 245.3 L.p.c. proposé prévoit une exception à l'interdiction de sollicitation si celle-ci est effectuée dans un établissement du commerçant qui serait situé dans l'établissement d'enseignement. Or, nous croyons qu'il faudrait définir le concept d'établissement du commerçant dans ce contexte. Par exemple, on trouve des guichets automatiques dans plusieurs établissements

⁵⁶ *Leclair c. Houle*, J.E. 95-324 (C.S.), Patrick L. BENAROCHE, « La non-sollicitation : paramètres juridiques applicables en matière d'emploi », dans *Développements récents sur la non concurrence*, 2008, Barreau du Québec - Service de la formation continue, vol. 289, Cowansville, Éditions Yvon Blais, 2008, p. 186

⁵⁷ *Denis c. Renovations Jacques Normandin Inc.*, [1988] R.J.Q. 2912

d'enseignement. La simple présence d'un guichet automatique sur les lieux de l'établissement d'enseignement serait-elle suffisante pour bénéficier de l'exception à la règle interdisant la sollicitation? Si c'est le cas, nous croyons qu'une telle interprétation pourrait avoir pour effet de nuire grandement, voire même d'annuler les effets recherchés par le premier alinéa du nouvel article 245.3 L.p.c.

Option consommateurs recommande que la définition de l'expression « établissement du commerçant » soit précisée, notamment de manière à ce que la seule présence d'un guichet automatique dans un établissement d'enseignement ne puisse pas être considérée comme un établissement du commerçant.

Primes offertes pour les demandes de crédit

Bien que cela ne fasse pas l'objet du présent projet de loi, Option consommateurs est d'avis qu'il serait nécessaire d'interdire les primes offertes avec les demandes de crédit; cette pratique est utilisée non seulement sur les campus étudiants, mais également lors de nombreux événements sportifs ou culturels.

Là encore, le *modus operandi* est fort simple. Des représentants munis de formulaires de demande de crédit incitent les consommateurs à faire une demande de carte de crédit en échange de laquelle on leur offrira un cadeau: chandail à l'effigie de l'équipe sportive du moment, points dans un programme de fidélisation, etc. Des consommateurs n'ayant que peu de revenus nous ont même rapporté avoir été incités à mentir sur leur situation financière afin d'augmenter leurs chances d'obtenir la carte de crédit. Ce type de pratique, en plus d'être fort discutable, rend vulnérables les consommateurs en les incitant indûment à se procurer des cartes de crédit dont ils n'ont pas besoin, et qu'ils n'ont pas nécessairement les moyens de rembourser.

Option consommateurs recommande l'adoption dans la L.p.c. d'un article interdisant aux commerçants d'offrir aux consommateurs des primes afin de les inciter à demander du crédit.

CONCLUSION ET PERSPECTIVES D'AVENIR

Option consommateurs voit d'un œil favorable le resserrement des règles qui régissent les contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé et les contrats relatifs à des services funéraires ou de sépulture conclus après le décès, de même que l'établissement d'un pouvoir réglementaire permettant la constitution d'un registre des contrats d'arrangements préalables de services funéraires et des contrats d'achat préalable de sépulture. Cependant, ceci ne vise que des commerçants et des

pratiques ciblés. Option consommateurs s'inquiète de la stratégie employée visant à apporter des solutions à la pièce pour des problèmes spécifiques.

La *Loi sur la protection du consommateur* célébrera cette année ses 40 ans d'existence. De nouveaux enjeux sont déjà présents et une importante réflexion en amont doit être menée pour s'assurer que les consommateurs restent adéquatement protégés dans cet univers technologique en mutation constante. L'évolution rapide des nouvelles technologies, la diversification des modes de consommation et la créativité des acteurs présents et à venir font que le domaine de la consommation évolue beaucoup plus vite que la législation. Pensons notamment à l'économie dite de partage, de même qu'à celle basée sur les renseignements personnels, comme les médias sociaux. Dans certains contextes, ce sont les définitions mêmes de consommateur et de commerçant qui doivent être mises à jour. Une refonte plus approfondie de la L.p.c est nécessaire et il nous apparaît essentiel que le régime général soit rédigé de manière technologiquement neutre afin de protéger adéquatement les consommateurs lors de l'émergence de nouvelles pratiques commerciales ou de nouvelles façons de consommer, et ce, sans que des modifications à la loi ne soient chaque fois nécessaires. Or, pour mener à bien cette réflexion, pour protéger adéquatement les consommateurs face à ces enjeux et pour faire évoluer le droit, nous croyons que des ressources additionnelles devraient être allouées aux autorités compétentes.

Aussi protectrice que puisse être la L.p.c, sa mise en application demeure tributaire de la faculté réelle des consommateurs à faire valoir leurs droits, mais aussi à la capacité de l'Office de la protection du consommateur d'exercer l'ensemble des pouvoirs qui lui sont conférés, notamment ses pouvoirs de surveillance et d'enquête et, lorsque la situation le justifie, d'émettre des constats d'infraction et de mener des poursuites pénales. C'est un principe connu en pénologie qu'en matière de dissuasion, ce n'est pas tant la sévérité de la peine qui importe, mais bien la certitude qu'une peine sera imposée en cas de contravention à la loi.

La L.p.c. encadre les relations quotidiennes qu'ont l'ensemble des Québécois avec de nombreux commerçants. Or, l'Office dispose d'un budget annuel inférieur à 10 millions de dollars par an et d'une équipe d'à peine de 119 employés⁵⁸. Même si répondre aux consommateurs n'est qu'une partie de son mandat, ses agents du service à la clientèle ont traité près de 147 000 cas au cours de l'année 2016-2017.

Nous estimons que l'Office de la protection du consommateur s'acquitte bien de son travail compte tenu de ses ressources. Cependant, celles-ci sont limitées. Nous sommes persuadés qu'avec plus de ressources, il pourrait faire davantage. Aussi, nous croyons qu'il est primordial que l'Office de la protection du consommateur dispose des ressources financières et humaines suffisantes pour mener à bien sa mission. Nous enjoignons donc le gouvernement et le législateur à augmenter le budget accordé à l'Office.

⁵⁸ Office de la protection du consommateur, Rapport annuel de gestion 2016-2017, <https://www.opc.gouv.qc.ca/a-propos/office/realisations-16-17/>