

## PROJET DE LOI 72

# **Loi protégeant les consommateurs contre les pratiques commerciales abusives et offrant une meilleure transparence en matière de prix et de crédit**

### **Commentaires, observations et recommandations du CCCD**

## À propos du conseil canadien du commerce de détail

Le Conseil canadien du commerce de détail (CCCD) est un organisme à but non lucratif mis en place par l'industrie du détail. Il représente des entreprises de toutes tailles implantées dans toutes les régions du Québec et du reste du pays. L'industrie du commerce de détail comporte le plus grand nombre d'employeurs du secteur privé au Canada, dont les deux tiers sont des membres du CCCD.

Dans le secteur alimentaire, le CCCD représente plus de 95 % des distributeurs-détaillants de l'ensemble du marché au pays. Ceux-ci fournissent des services essentiels et constituent une importante source d'emplois partout au pays.

Au Québec, nous sommes fiers de porter les intérêts de plus de 18 000 magasins, dont les activités sont très diversifiées, allant des produits d'épicerie aux articles de pharmacie, et comprenant autant des grandes surfaces que des détaillants indépendants, des commerçants en ligne et bien plus. À l'échelle du pays, le CCCD compte parmi ses membres plus de 54 000 commerces.

Afin d'améliorer sans cesse les pratiques de l'industrie, le CCCD publie des analyses et organise de nombreuses formations ainsi que des événements et d'autres initiatives. Ces rencontres permettent de partager les meilleures pratiques, d'échanger sur les défis actuels et d'explorer les solutions innovantes afin d'améliorer l'efficacité et la durabilité des opérations dans le secteur du détail.

Enfin, nous collaborons avec plusieurs entités gouvernementales pour faciliter le partage d'informations entre les décideurs publics et ceux qui, sur le plan opérationnel, appliquent les règles sur le terrain.

### Un mot sur les commerces d'alimentation

Les détaillants alimentaires du Québec, qu'ils soient de grandes ou de petites surfaces, qu'ils soient spécialisés, généralistes ou grossistes, qu'ils soient corporatifs, indépendants ou franchisés, forment un écosystème complexe et vital qui est responsable de l'approvisionnement en nourriture partout dans la province. Leur défi est de taille : assurer la distribution continue de produits alimentaires abordables, diversifiés et de qualité, et ce, dans chacune des régions du Québec, y compris les plus éloignées.

Ce secteur est confronté à des obstacles logistiques importants, notamment en raison des vastes distances à parcourir, des conditions climatiques parfois difficiles et des coûts de transport élevés. Ces détaillants continuent cependant à innover et à mettre en place des stratégies pour rendre accessibles des produits de qualité partout au Québec. Ils travaillent à la fois avec des producteurs locaux et internationaux, en s'appuyant sur des chaînes d'approvisionnement souvent fragiles, mais indispensables pour offrir un vaste choix de produits dans leurs rayons.

La diversité de formats des commerces de détail permet une couverture étendue du territoire et répond aux besoins particuliers des consommateurs québécois, que ces derniers se trouvent en milieu urbain ou rural. Grâce à cette dynamique, ils s'efforcent de garantir la disponibilité continue de produits frais et abordables, tout en contribuant à l'économie locale et en répondant aux habitudes alimentaires régionales.

## Une industrie très réglementée

Les détaillants partagent la préoccupation d'offrir une information claire et transparente à leurs consommateurs. Ces commerces qui œuvrent dans le domaine de l'alimentation sont dans un environnement très réglementé, respectant des normes sévères en matière de salubrité, de sécurité et de préservation des aliments. À propos de l'étiquetage, il existe également déjà de nombreuses obligations sur le contenu (tels que la provenance et le calibre des fruits et légumes) et la taille des caractères, le format des étiquettes, la disposition de celles-ci sur les étagères, etc. Plusieurs règles environnementales sont aussi suivies. Celles-ci sont édictées autant par les gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux, et sont souvent différents et non complémentaires. Et tout cela sans compter les nombreuses mesures qui protègent les consommateurs – comme la politique d'exactitude des prix.

Le présent projet de loi vient ajouter de nouvelles obligations. Nous nous concentrerons sur celles qui portent sur l'étiquetage des prix et s'appliquent aux commerces vendant des produits alimentaires destinés à la consommation humaine.

### **Article 44 du PL-72 :**

#### **Modifiant la loi sur la protection du consommateur**

**223.0.1. « Un commerçant qui offre en vente un produit alimentaire destiné à la consommation humaine doit indiquer, à proximité du prix, si le montant de la taxe de vente du Québec ou de la taxe sur les produits et services du Canada sera ajouté, au moment du paiement, au prix du produit alimentaire. Un règlement peut prévoir des règles applicables à cette indication. »**

Tel que rédigé, le projet de loi stipule que le commerçant doit indiquer sur l'étiquette si le produit est taxable. Comme cette information est déjà présente chez la vaste majorité des détaillants, cela ne représente pas un changement pour une vaste partie de l'industrie, ce que nous apprécions. Cet article du projet de loi fera en sorte que tous les détaillants qui vendent des produits alimentaires respectent cette même règle.

Toutefois, comme d'autres intervenants l'ont mentionné, la fiche d'information sur le site de l'Office de la protection du consommateur (OPC), qui donne de la clarté au contenu du projet de loi, laisse entendre au contraire qu'il faudrait également préciser sur l'étiquette si le produit est non taxable. Vous comprendrez que, suivant votre intention de rendre l'affichage plus clair, et si le prix sur l'étiquette doit devenir le prix payé à la caisse, la simple mention que les taxes seront ajoutées devrait suffire.

D'autant plus que la compréhension de ce qui est taxable et non taxable dans une épicerie est d'une complexité énorme. Le simple format d'un produit peut impliquer une modification quant à la taxation.

Il est par ailleurs indiqué qu'un autre règlement, un nouveau, pourrait venir définir de nouvelles règles sur la façon d'afficher les taxes. Ce projet de loi donne déjà beaucoup de précisions sur la façon d'indiquer les prix et les informations sur les étiquettes. Sachant que les formats d'étiquettes sont déjà normés, que les tailles des caractères sont normées, que la disposition des étiquettes sur les étagères

est normée et que ce projet de loi ajoute plusieurs nouvelles obligations sur la présentation de l'information sur cette petite étiquette, nous suggérons d'éviter de garder la porte ouverte à un nouveau règlement qui viendrait inévitablement remodifier cet équilibre un peu précaire entre une surmultiplication d'informations sur une petite étiquette et la compréhension simple et claire de son contenu par le grand public.

**Recommandations :** Nous suggérons que le projet de loi soit compris tel quel, c'est-à-dire que le détaillant indique lorsque le produit est taxable.

Nous suggérons aussi que soit retirée la mention d'un futur règlement sur la façon d'indiquer la taxation : « un règlement peut prévoir des règles applicables à cette indication », car elle semble suggérer que les normes que nous mettrons en place à partir de l'adoption de ce projet de loi ne seront pas définitives.

**Article 65 du PL-72 :**

**Modifiant le règlement d'application de la LPC à l'article 91.0.1.**

**« Le commerçant qui propose au consommateur un prix de vente pour un produit alimentaire destiné à la consommation humaine qui est inférieur à celui auquel il est habituellement offert en vente doit clairement et lisiblement indiquer, à côté de ce prix, son prix courant. »**

Nous comprenons l'idée que le prix d'origine doive apparaître à proximité du prix réduit. Mais pour certains, « à côté » renvoie à la notion de gauche/droite. Rappelons que l'étiquette est petite, qu'elle contient déjà beaucoup d'informations et qu'il faut laisser un minimum de marge de manœuvre au sujet de la disposition de l'information qui s'y trouve.

**Recommandation :** Nous suggérons de remplacer les mots « à côté » par « à proximité ». L'important est que le prix qui sera payé par le consommateur soit le plus clair et le plus visible possible.

**Article 65 du PL-72 :**

**Modifiant le règlement d'application de la LPC à l'article 91.0.2.**

**« Le commerçant qui propose au consommateur ayant adhéré à un programme de fidélisation un prix de vente pour un produit alimentaire destiné à la consommation humaine différent de celui proposé aux autres consommateurs doit clairement indiquer ces prix l'un à côté de l'autre. La taille des caractères utilisée pour indiquer le prix proposé au consommateur ayant adhéré à un programme de fidélisation ne doit pas excéder de plus de 25 % celle utilisée pour indiquer le prix proposé aux autres consommateurs. »**

Les programmes de fidélisation ne sont pas tous les mêmes. Certains donnent des points, certains donnent des rabais, et dans certains cas ce sont des livrets ou des bons qui sont offerts. Le

consommateur peut y adhérer ou non, sauf dans le cas où une adhésion payante est nécessaire pour avoir accès au commerce.

Les programmes de fidélisation ont plusieurs avantages, dont le principal est d'offrir une façon supplémentaire aux consommateurs d'économiser, sur une base volontaire et gratuite. Ces programmes permettent aussi aux commerçants de mieux comprendre les besoins des consommateurs, de s'y adapter, de les prévoir, et de pouvoir ainsi offrir des rabais plus ciblés, de mieux planifier les besoins en quantité et de gagner en efficacité.

À l'instar de l'article précédent, qui demande de mettre le prix sans rabais « à côté » du prix d'origine, dans le présent article, il est demandé de mettre une autre valeur – celle du prix lié au programme de fidélité – également « à côté » du prix d'origine. Pour les mêmes raisons, nous recommandons d'utiliser les mots « à proximité » pour offrir un minimum de flexibilité aux commerçants. D'autant plus que la multiplication des valeurs doit être facilement comprise par le citoyen.

**Recommandation :** Nous suggérons de remplacer les mots « à côté » par « à proximité ». L'important est que le prix qui sera payé par le consommateur soit le plus clair et le plus visible possible.

**Article 65 du PL-72 :**

**Modifiant le règlement d'application de la LPC à l'article 91.0.3.**

**« Le commerçant qui propose un prix pour l'achat d'un ensemble de produits alimentaires destinés à la consommation humaine doit clairement indiquer, à côté de ce prix, les produits alimentaires composant cet ensemble qui peuvent être achetés séparément et, le cas échéant, leur prix. La taille des caractères utilisée pour indiquer le prix de l'ensemble ne doit pas être inférieure à celle utilisée pour indiquer le prix des produits alimentaires composant cet ensemble qui peuvent être achetés séparément. Elle ne doit pas non plus dépasser cette taille de plus de 25 %. »**

Lorsque des ensembles de produits contiennent des produits différents, que ce soit des trios ou des ensembles de produits complémentaires à prix différents (saisonniers, thématiques, paniers cadeaux, etc.), les mesures suggérées font en sorte qu'il y aura une multiplication de valeurs monétaires différentes sur la même étiquette. Si jamais ces paquets font l'objet d'un rabais supplémentaire, les étiquettes pourraient devenir littéralement illisibles, car le prix de chaque produit devrait alors être décliné au moins deux fois (avant et après le rabais), sans compter le coût par unité de mesure de chacun. De plus, il est indiqué que la taille des prix devra être essentiellement la même.

**Recommandation :** Nous suggérons qu'il soit indiqué que cette mesure ne s'applique que dans le cas où les produits sont identiques.

**Article 66 du PL-72 :**

**Modifiant le règlement d'application de la LPC à l'article 91.5**

**Pour l'application des paragraphes b et c du premier alinéa, le prix par unité de mesure doit permettre au consommateur de comparer facilement le prix de biens de même nature. À cette fin, le commerçant doit notamment :**

- a) indiquer l'unité métrique la plus adaptée à la nature du bien;**
- b) indiquer une unité de mesure unique pour l'ensemble des biens de même nature. »**

**2° dans le deuxième alinéa :**

- a) par l'insertion, après « 28 points », de « le prix par unité de mesure visé au paragraphe c du premier alinéa en caractères typographiques gras d'au moins 16 points »**
- b) par la suppression de « imprimés ».**

Comme vous le savez, la grande majorité des détaillants qui vendent des produits alimentaires donnent déjà des informations par unité de mesure comparable. L'uniformisation pour l'ensemble des acteurs qui vendent des produits alimentaires est une question d'équité. Or, et alors que le projet de loi vise tout commerce qui vend des produits alimentaires destinés à la consommation humaine, le règlement d'applications de la LPC que vous modifiez laisse entendre que seuls les commerçants qui possèdent « un permis délivré en vertu du règlement sur les aliments » sont tenus de respecter ces règles sur les coûts par unité de mesure. Afin de respecter l'esprit du projet de loi, nous suggérons que cette règle s'applique effectivement à tout commerce qui vend des aliments destinés à la consommation humaine.

**Recommandation :** Nous suggérons que ces mesures s'appliquent à l'ensemble des commerces qui vendent des produits alimentaires destinés à la consommation humaine, et pas seulement à ceux qui détiennent le permis délivré en vertu du Règlement sur les aliments.

De plus, une question se pose à propos du nombre de fois où cette information doit être indiquée sur la même étiquette. Normalement, cette information concerne le prix payable à la caisse, car c'est ce prix qui doit être comparé aux prix des autres produits semblables. Dans le projet de loi, il y a une absence de précision à savoir si on doit indiquer cette valeur pour chacun des prix (avec ou sans rabais, avec ou sans programme de fidélisation, par achat groupé, etc.).

**Article 69 du PL-72 :**

**« Les dispositions de la présente loi entrent en vigueur le (indiquer ici la date de la sanction de la présente loi), à l'exception : (...)**

**4° des dispositions de l'article 44, dans la mesure où il édicte l'article 223.0.1 de la Loi sur la protection du consommateur, (...), et des articles (..) 65 et 66, qui entrent en vigueur le (indiquer ici la date qui suit de trois mois celle de la sanction de la présente loi). »**

Le délai de trois mois est trop court. La transformation proposée par le projet de loi sera importante, selon la version finale adoptée. Le nombre de produits sur les étagères oscille entre 20 000 et 40 000,

selon les commerces. Il restera certains éclaircissements à obtenir, sans compter les aménagements qu'impliquera la disposition des éléments qui n'ont pas été discutés dans ce projet de loi : les marques de certification comme Aliment du Québec, la consigne sur des milliers de produits, des redevances municipales qui s'ajoutent par simple règlement sur des produits dans les commerces – lesquelles sont parfois taxables, parfois non.

Il importe de noter que les étiquettes à la tablette, en plus de servir à communiquer des informations aux consommateurs, elles comportent aussi des informations opérationnelles essentielles comme le à code à barre, code numérique du produit, et des informations utiles à la manutention, etc.).

De plus, la période des Fêtes qui approche commande aux commerces de ne pas transformer leurs étiquetages. Les erreurs pourraient se multiplier, ce qui irait à l'encontre de l'esprit de ce projet de loi.

**Recommandation** : Nous suggérons fortement une période de **six mois plutôt que de trois mois**.

## Conclusion

Nous réaffirmons notre rôle de collaborateur et facilitateur auprès du gouvernement et des détaillants que nous représentons. Nous sommes reconnaissants d'avoir l'opportunité d'être entendus dans le cadre des présentes consultations et espérons que nos observations contribueront à améliorer ou ajuster certains aspects de cette loi. Nous partageons l'objectif du ministre d'offrir une information claire et transparente aux citoyens, et nous nous engageons à offrir toute notre collaboration en ce sens.