

Le 4 février 2026

Monsieur Simon Jolin-Barrette, député
Ministère de la Justice
Édifice Louis-Philippe-Pigeon
1200, route de l'Église
9^e étage
Québec (Québec) G1V 4M1

Par courriel : sjb.BORD@assnat.qc.ca

Monsieur le Député,

Objet : *Projet de loi n° 10 – Loi protégeant les consommateurs contre les pratiques abusives de revente de billets et de renouvellement d'abonnements en ligne*

1. Introduction

Je vous écris au nom de l'Association canadienne des télécommunications (l'« ACT ») pour vous faire part de nos commentaires à propos du projet de loi n° 10 (le « projet de loi »).

L'ACT représente des fournisseurs de services de télécommunications et des fournisseurs de services de télévision (« fournisseurs de services de communications ») qui investissent dans les réseaux de communications du Canada, les construisent, les entretiennent et les exploitent. Nos membres assurent à des millions de Canadiens et de Canadiennes des services essentiels, comprenant des services de téléphonie sans fil et filaire, des services d'accès à Internet et des services de télévision (« services de communications ») qui sont au cœur de leurs activités de tous les jours, que ce soit le travail ou les études, ou encore qui servent à soutenir la sécurité publique, l'accès aux services de santé ou la participation à l'économie numérique. Ces services de communications sont offerts en vertu de contrats à exécution successive ou récurrente et sont regroupés de manière à offrir une plus grande valeur à meilleur coût aux consommateurs.

L'ACT est résolument en faveur d'un cadre efficace pour protéger le consommateur et elle partage les objectifs du gouvernement du Québec en ce qui a trait à la recherche de transparence et d'équité dans les contrats par abonnement pour donner confiance aux consommateurs. Le secteur des communications contribue à ces objectifs grâce à la concurrence intense entre ses membres et à la réglementation rigoureuse à laquelle ses activités sont assujetties, en plus des pratiques que suivent déjà les fournisseurs de services qui cadrent étroitement avec ces objectifs. Les entreprises de communications veillent déjà à

bien informer les consommateurs qui s'abonnent à leurs services de toutes les modalités des contrats qu'ils s'apprêtent à signer, comme les promotions et la date à laquelle les prix réduits prennent fin, et elles se font un devoir de leur rappeler à l'avance la fin de ces promotions. Les pratiques en place sont aussi conçues pour permettre aux consommateurs de changer facilement de fournisseur ou de forfait tout en s'assurant qu'ils comprennent les répercussions que pourrait avoir leur décision d'annuler ou de modifier des services, particulièrement si elle risque d'avoir des effets sur d'autres services ou sur les prix.

Pour ces raisons, nous craignons que le projet de loi n° 10, aussi louable soit-il, renferme des dispositions qui appliquées aux services de communications pourraient avoir des conséquences aussi inattendues que néfastes pour les consommateurs québécois. En particulier, les exigences par trop contraignantes en matière d'annulation et d'information qu'il renferme pourraient accidentellement mettre fin à des services essentiels (comme l'accès au service 911), entraîner l'annulation de services groupés ou de rabais qui y sont associés, ou encore empêcher un abonné de conserver son numéro de téléphone s'il change de fournisseur. Pour ce qui est des contraintes excessives relatives à l'obligation d'informer, elles pourraient empêcher les fournisseurs d'offrir des tarifs promotionnels au Québec, ce qui se répercutera inmanquablement sur la facture des consommateurs québécois.

2. Portée des commentaires

Nos commentaires portent uniquement sur les nouveaux articles 187.28 et 187.29 visant les contrats à exécution successive que le projet de loi propose. Par souci de clarté, nous tenons à préciser que le fait que nous ne formulons aucun commentaire sur d'autres dispositions du projet de loi ne constitue pas un cautionnement de notre part de la démarche proposée par le législateur.

3. Projet d'article 187.28 – Mécanismes d'annulation en ligne

En vertu de l'article 187.28 proposé, les marchands seraient obligés d'offrir un moyen en ligne facilement repérable pour permettre au consommateur de résilier certains contrats pouvant être résiliés sans motif. Bien que cette approche soit souvent valable dans le cas de services numériques, elle convient moins aux services de communications et soulève d'importantes préoccupations.

Les abonnements aux services de télécommunications et de télévision diffèrent fondamentalement des abonnements à des services en ligne typiques souscrits par les consommateurs. En effet, l'activation et la désactivation de ces services ne se font pas de manière instantanée. Si on met à la disposition du consommateur un mécanisme d'annulation en un clic, on crée le risque qu'il déclenche par son action des effets inattendus et potentiellement nuisibles. Par exemple, il arrive souvent que des services soient groupés (comme des services de téléphonie sans fil, d'Internet et de télévision) dans le cadre d'une

promotion pour permettre d'offrir un meilleur prix, pour des raisons de commodité ou seulement pour simplifier la facturation. L'annulation d'un de ces services groupés pourrait avoir des effets sur d'autres services, annuler les rabais accordés sur l'offre groupée ou obliger l'abonné à rembourser le prix d'un appareil financé dans le cadre de l'abonnement ou à rendre du matériel prêté. Par exemple, un client qui souhaite annuler son service de télévision pourrait malencontreusement annuler du même coup son accès à Internet résidentiel. Il pourrait aussi perdre son admissibilité aux rabais accordés sur d'autres services inclus dans l'offre groupée ou devoir rendre un appareil prêté.

Il faut savoir que la transférabilité des numéros de téléphone au Canada est un élément clé de la concurrence entre fournisseurs et du choix offert au consommateur sur le marché des services sans fil. Lorsqu'un abonné souhaite changer de fournisseur de services tout en conservant son numéro, le nouveau fournisseur se charge de transférer le numéro et d'annuler son ancien compte, sans que le consommateur ait à lever le petit doigt ou à communiquer avec son ancien fournisseur. Cette fluidité assure la continuité du service et permet au consommateur de conserver son numéro de téléphone. Or, la mise en place d'un mécanisme d'annulation de service en un clic à l'initiative du consommateur est incompatible avec ce modèle de fonctionnement, parce que cela pourrait entraîner l'annulation du service avant que le numéro de téléphone ait été transféré au nouveau fournisseur, ce qui limiterait à la fois le choix du consommateur et la continuité du service.

Les pratiques actuelles au sein de notre industrie sont expressément conçues pour éviter ce genre de problème, car il y a un effort délibéré pour bien informer les consommateurs à la fois des options qui s'offrent à eux et des conséquences qu'aura l'annulation ou la modification de leurs services. Dans certains cas, les interactions de vive voix entre les clients et le personnel du service à la clientèle permettent au fournisseur de mieux comprendre les besoins d'un abonné et au besoin de lui recommander un forfait ou une option pour y répondre. Ces pratiques sont un gage de clarté et elles favorisent la prise de décision éclairée et la continuité des services, en plus de garantir un accès ininterrompu aux services d'urgence et de sécurité publique. De par leur nature même, elles ne sont pas compatibles avec un mécanisme d'annulation simplifié conçu pour mettre fin à des abonnements à des services uniques non essentiels.

3.1 Approche proposée

L'ACT recommande de limiter le champ d'application de l'article 187.28 aux « services numériques », comme les applications de contenu numérique et de diffusion en continu, et d'exclure les services offerts par les fournisseurs de services de communications. Cela est davantage conforme à l'esprit du projet de loi, qui est de protéger le consommateur contre les pratiques abusives, tout en reconnaissant les caractéristiques fondamentales des services de communications essentiels qui sont déjà rigoureusement réglementés et encadrés par des pratiques favorisant la transparence et la prise de décision éclairée.

4. Projet d'article 187.29 – Avis de majoration d'un prix après l'expiration d'une promotion

En vertu de l'article 187.29 proposé dans le projet de loi, le commerçant devrait donner un avis écrit au consommateur dans un délai de 2 à 10 jours avant la fin de la période pendant laquelle le bien ou le service est fourni gratuitement ou à un prix réduit après laquelle le prix sera majoré. Les fournisseurs de services de communications accordent déjà une grande importance à la transparence des prix et respectent des pratiques bien établies pour prévenir les consommateurs lorsque les promotions sont sur le point d'expirer et leur transmettre les nouveaux prix qui entreront en vigueur.

Au moment de conclure un contrat de service, les consommateurs sont déjà bien informés des modalités suivantes :

- la durée de la promotion;
- le prix régulier qui sera appliqué à la fin de la promotion;
- toutes les conditions ou exigences d'admissibilité liées à la promotion offerte.

De plus, les fournisseurs de services de communications rappellent à leurs abonnés les changements à venir par des avis sur leurs factures mensuelles, sur leur portail de services et donnent aussi des préavis écrits lorsqu'il le faut. L'obligation de donner un avis dans un délai prescrit avant l'expiration de chaque promotion forcerait les fournisseurs de services de communications à concevoir des systèmes informatiques ou des systèmes de facturation beaucoup plus complexes ou à apporter de lourdes modifications aux systèmes existants pour respecter les obligations et les délais d'avis pour **chacune** des promotions et **chacun** des forfaits, bouquets de services et cycles de facturation. Ces modifications seraient non seulement coûteuses, mais éminemment complexes lorsqu'on tient compte de la diversité et du nombre d'offres promotionnelles sur le marché des services de communications.

Malheureusement, ces coûts n'apporteraient rien de plus en matière de transparence pour le consommateur, puisque tous les renseignements importants lui sont déjà communiqués avant la souscription du contrat et lui sont aussi rappelés dans les communications régulières de son fournisseur. Les obligations découlant de l'article 187.29 risquent plutôt de doubler les avis et d'engendrer de la confusion dans l'esprit du consommateur au lieu de l'éclairer davantage.

Devant la complexité accrue et les coûts supplémentaires auxquels ils devraient faire face, les fournisseurs de services de communications pourraient tout simplement se résoudre à restreindre le nombre de promotions qu'ils offrent, à en réduire la durée, voire à cesser d'offrir des promotions à durée limitée. Les consommateurs, en particulier les ménages économiquement plus vulnérables, pourraient en subir les conséquences, comme une diminution du nombre d'options à prix réduit et de la souplesse offerte, ainsi qu'une hausse

des prix. Paradoxalement, une mesure à l'origine conçue pour protéger les consommateurs québécois pourrait finir par nuire à l'abordabilité des services et au choix offert dans la province.

4.1 Approche proposée

L'ACT recommande de modifier le libellé de l'article 187.29 du projet de loi et de l'article 214.1.1 de la *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1 et de l'article 79.6.9.1 du *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*, RFRQ c P-40.1, r. 3, de manière à exempter les fournisseurs de services de communications de l'obligation de donner un avis de 2 à 10 jours avant la fin de la période de promotion offerte.

Comme nous l'avons expliqué ci-dessus, cette exigence imposerait un lourd fardeau administratif aux fournisseurs de services de communications, sans nécessairement procurer d'avantages tangibles aux consommateurs. Compte tenu de l'efficacité des pratiques actuelles de divulgation et de notification utilisées par les fournisseurs de services de communications, il est préférable d'éviter le dédoublement des obligations d'avis imposées aux services de communications essentiels.

5. Projet d'article 214.1.1 — Annonce des versements périodiques

L'article 214.1.1, relatif à la divulgation des « frais exigés sur une base autre que périodique », risque d'alourdir inutilement le cadre normatif et de susciter des redondances d'interprétation. En effet, considérés conjointement, les articles 12, 54.4 et 214.2 (précontractuel et contractuel), de même que les articles 219, 224 et 228 (publicité), imposent déjà : la divulgation détaillée de toutes les composantes du prix; l'encadrement des versements non périodiques; et l'indication claire du prix total lorsqu'un prix par versements périodiques est annoncé. Par conséquent, il y a lieu de retirer l'article 214.1.1.

6. Conclusion

L'Association canadienne des télécommunications réitère qu'elle tient fermement à ce que le consommateur soit protégé de manière efficace et qu'elle est en faveur des objectifs du gouvernement du Québec à cet égard. Il reste cependant que l'application d'une loi de portée générale aux services offerts par les fournisseurs de services de communications risque d'avoir des conséquences inattendues et néfastes pour les consommateurs québécois.

En conséquence, nous recommandons respectueusement au législateur de modifier le projet de loi n° 10 pour qu'il reconnaisse la nature particulière des services de communications et dispense les fournisseurs des stipulations concernant les contrats à exécution successive

étant donné les cadres et pratiques déjà en vigueur dans ce secteur afin de protéger les consommateurs.

Nous serions heureux de pouvoir discuter de manière plus approfondie des points de vue exprimés dans cette lettre et de poursuivre la collaboration avec le gouvernement dans le but de moderniser le cadre de protection du consommateur de manière claire, cohérente et efficace.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Député, mes salutations distinguées.

Eric Smith
Vice-président principal

cc : Charles-Étienne Ostiguy, charles-etienne.ostiguy@justice.gouv.qc.ca
Joel Simard, Joel.Simard@opc.gouv.qc.ca
Nazanine Dadkhah, Nazanine.Dadkhah@opc.gouv.qc.ca
Léa Denicourt-Fauvel, Lea.Denicourt-Fauvel@opc.gouv.qc.ca
Marilou Bélanger-Simoneau, Marilou.Belanger-Simoneau@opc.gouv.qc.ca

February 4, 2026

M. Simon Jolin-Barrette, MNA
Ministère de la Justice
Édifrice Louis-Philippe-Pigeon
1200, route de l'Église
9e étage
Québec (Québec) G1V 4M1

By Email: sjb.BORD@assnat.qc.ca

Dear M. Simon Jolin-Barrette,

Subject: *Bill 10: An Act to protect consumers against abusive practices in ticket reselling and online subscription renewal*

1. Introduction

On behalf of the Canadian Telecommunications Association (the “Association” or “CTA”), we are writing to provide comments on Bill 10, *An Act to protect consumers against abusive practices in ticket reselling and online subscription renewal* (“Bill 10”).

The Association represents telecommunications and television service providers (“communication service providers”) that invest in, build, operate, and maintain Canada’s communications networks. Our members provide critical services to millions of Canadians, including wireless, Home Phone, Internet, and television services (“communication services”) that support everyday activities such as work, education, public safety, healthcare access, and participation in the digital economy. These communication services are provided on a recurring or sequential basis and are frequently bundled to deliver greater value and affordability to consumers.

We strongly support effective consumer protection and share the Government of Québec’s objectives of transparency, fairness, and consumer confidence in subscription-based contracts. In this regard, the communications sector is both highly competitive and extensively regulated, and communication service providers already employ practices that align closely with these objectives. Existing industry processes are designed to ensure that consumers are fully informed at the time of purchase of the terms of their contract, including promotional pricing and when such pricing ends, and are made aware of upcoming promotion expiries. Existing practices are also designed to enable customers to easily switch providers or plans

while ensuring they understand the implications of cancelling or modifying services, particularly where such changes may affect other services or impact pricing.

While well intentioned, we are concerned that certain provisions of Bill 10, if applied to communication services, could create inadvertent and harmful consequences for Québec consumers. Overly prescriptive cancellation and notification requirements risk accidental loss of communications services (for example access to 911), inadvertent cancellation of bundled services and loss of associated discounts or may prevent a consumer from keeping their current phone number when switching to a new provider. Overly prescriptive notification requirements could also reduce communication service providers' ability to offer promotional pricing in Québec, potentially leading to higher costs for consumers in the province.

2. Scope of Comments

Our comments are limited to proposed sections 187.28 and 187.29 of Bill 10 which are applicable to certain contracts involving sequential performance. For greater clarity, any absence of comment on other provisions of Bill 10 should not be construed as endorsement of the proposed approach.

3. Proposed Section 187.28 – Online Cancellation Mechanisms

Proposed section 187.28 would require merchants to provide a clearly identifiable online mechanism enabling consumers to cancel certain contracts without cause. While this approach may be appropriate for many subscriptions for digital services, its application to communication services raises significant concerns.

Telecommunications and television services differ fundamentally from typical online consumer subscriptions. They are not simple “on/off” services. A single, one-click cancellation mechanism risks triggering unintended and potentially harmful consequences for consumers. For example, consumers frequently subscribe to multiple services as part of a subscription bundle (such as wireless, Internet, and television services) because bundles offer cost savings, convenience, and simplified billing. Cancelling one service within a bundle may inadvertently impact other services, eliminate bundled discounts, or trigger immediate repayment obligations for financed devices or equipment return obligations. For example, a customer seeking to cancel their television service could unintentionally lose access to their home Internet as well. They could also lose discounts on their other services that were part of the bundled offer or trigger an equipment return obligation.

In addition, Canada's phone number portability framework is a cornerstone of competition and consumer choice in the wireless market. If a consumer wishes to switch to a new service provider but keep their existing phone number, the new communication service provider initiates the number transfer and cancels the existing service on the consumer's behalf,

without the customer having to contact their old communication service provider. This process ensures continuity of service and allows consumers to retain their phone numbers. A unilateral one-click cancellation requirement is incompatible with this system and could result in service cancellation before a number is successfully ported, undermining both consumer choice and continuity of service.

Current industry practices are designed specifically to avoid these outcomes by ensuring that consumers are fully informed, understanding both their options and the implications of cancelling or modifying services. As part of these practices, live interactions with customer service representatives can, in certain cases, help the provider understand the customer's needs and, where appropriate, recommend a plan or option that better fits those needs. These practices promote clarity, informed decision-making, and service continuity, including uninterrupted access to emergency and public safety services, and are not compatible with a simplified cancellation mechanism designed for non-essential, standalone subscriptions.

3.1 Proposed Approach

The Association recommends amendments that would limit the application of section 187.28 to “digital services”, like digital content and streaming apps, and exclude services provided by communication service providers. This approach would preserve the policy intent of Bill 10, protecting consumers from abusive practices, while recognizing the unique characteristics of essential communications services which are already subject to extensive oversight and supported by well-established industry practices that promote transparency and informed decision-making.

4. Proposed Section 187.29 – Notice of Price Increases Following Promotional Periods

Proposed section 187.29 would require merchants to provide advance written notice within 2-10 days when a free or discounted period ends and a higher price applies. Communication service providers already place a strong emphasis on pricing transparency and have well-established practices that ensure consumers are aware of the expiry of promotional pricing and any new prices.

Consumers are clearly informed, at the time of entering into a service agreement, of:

- the duration of promotional pricing;
- the regular price that will apply once a promotion ends; and
- any conditions or eligibility requirements associated with the promotion.

In addition, communication service providers remind customers of upcoming changes through disclosure on their monthly bills, and/or online customer portals or applications and advance written notice when required. Requiring an additional prescribed advance notice before every promotional price ends would require communication service providers to build or significantly

modify complex IT and billing systems to track and deliver **individualized** notices across a wide range of plans, promotions, bundles, and billing cycles. These changes would be costly and operationally complex, particularly given the scale and diversity of promotional offerings in the communications services market.

Importantly, these costs would not deliver meaningful new transparency for consumers, as the relevant information is already disclosed clearly during the contracting process and reinforced through ongoing customer communications. Instead, the requirements in proposed section 187.29 risk creating duplicative notices that may contribute to consumer confusion rather than clarity.

Faced with increased complexity and cost, communication service providers may have to consider offering fewer promotional discounts, shortening promotional periods, or moving away from time-limited offers in Québec altogether. For consumers—particularly price-sensitive households—this could mean fewer discounted options, reduced flexibility, and higher prices. As a result, a measure intended to protect Québec consumers could inadvertently undermine affordability and consumer choice in the communication services market in the province.

4.1 Proposed Approach

The Association recommends amendments to proposed section 187.29 of Bill 10 and related amendments to section 214.1.1 of the *Consumer Protection Act*, CQLR c P-40.1 and section 79.6.9.1 of the *Regulations Respecting the Application of the Consumer Protection Act*, CQLR c P-40.1, r 3, that would remove the requirement for communication service providers to issue notices within 2-10 days before the end of a promotional period.

As outlined above, this requirement would impose a significant administrative burden on communication service providers, while being unlikely to deliver any meaningful benefits to consumers. Considering the effectiveness of current disclosure and notification practices in the communication services sector, duplicative notice obligations for critical communications services should be avoided.

5. Proposed Section 214.1.1—Advertising of Non-Periodic Fees

Section 214.1.1 concerning the disclosure of “fees charged other than on a periodic basis”, risks needlessly burdening the regulatory framework and creating interpretive redundancies. Taken together, sections 12, 54.4 and 214.2 (pre-contractual and contractual), as well as sections 219, 224 and 228 (advertising), already require: the detailed disclosure of all components of the price; the framework for non-periodic payments; and the clear indication of the total price when a price by periodic instalments is advertised. Accordingly, section 214.1.1 should be removed.

6. Conclusion

The Association reaffirms its strong support for effective consumer protection and the Government of Québec's policy objectives. However, applying a law of general application to services provided by communication service providers risks creating unintended and harmful consequences for Québec consumers.

We respectfully recommend that Bill 10 be amended to recognize the unique characteristics of communication services and avoid applying the sequential performance provisions where existing sector-specific consumer protection frameworks and practices already address these matters.

We would welcome the opportunity to discuss these comments further and to continue working collaboratively with the government to advance consumer protection in a clear, coherent, and effective manner.

Kind regards,

Eric Smith
Senior Vice President

cc: Charles-Étienne Ostiguy, charles-etienne.ostiguy@justice.gouv.qc.ca
Joel Simard, Joel.Simard@opc.gouv.qc.ca
Nazanine Dadkhah, Nazanine.Dadkhah@opc.gouv.qc.ca
Léa Denicourt-Fauvel, Lea.Denicourt-Fauvel@opc.gouv.qc.ca
Marilou Bélanger-Simoneau, Marilou.Belanger-Simoneau@opc.gouv.qc.ca