



des consommateurs

6226, rue St-Hubert
Montréal (Québec)
Canada H2S 2M2
W www.consommateur.qc.ca/union

T (514) 521 6820
F (514) 521 0736
SF 1 888 521 6820
C union@consommateur.qc.ca

NOS MEMBRES

ACEF Abitibi-Témiscamingue
ACEF Amiante – Beauce – Etchemins
ACEF de l'Est de Montréal
ACEF de l'Île-Jésus
ACEF de Lanaudière
ACEF du Nord de Montréal
ACEF Estrie
ACEF Grand-Portage
ACEF Montréal-est
ACEF Rive-Sud de Québec
Association des consommateurs
pour la qualité dans la construction
Membres individuels

MÉMOIRE DE L'UNION DES CONSOMMATEURS

portant sur le projet de loi no. 48

*Loi modifiant la Loi sur la protection du consommateur et la Loi sur le recouvrement
de certaines créances*

présenté à la

Commission des institutions
Assemblée nationale du Québec

Le 1^{er} décembre 2006

Présentation de l'organisme

L'Union des consommateurs est un organisme sans but lucratif qui regroupe dix (10) ACEF, l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction ainsi que des membres individuels.

La mission de l'Union des consommateurs est de promouvoir et défendre les droits et intérêts des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste.

Parmi ses dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, on peut mentionner le budget familial et l'endettement ; l'énergie ; les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution, l'infomarché et la vie privée; la santé, l'alimentation et les biotechnologies ; les produits et services financiers ainsi que les politiques sociales et fiscales.

Le projet de loi

L'Union des consommateurs a participé aux consultations qu'a tenues l'Office de la protection du consommateur l'hiver dernier, consultations qui ont précédé l'élaboration du projet de loi no. 48. L'Union des consommateurs a pris connaissance du projet de loi et tient à souligner qu'elle considère qu'avec son adoption, certains problèmes urgents, qu'elle avait d'ailleurs soulevés au moment des consultations, seront réglés.

Alinéa 5 c)

En effet, en supprimant l'alinéa 5c) de la LPC, qui n'a plus sa raison d'être et qui crée une ambiguïté quant à l'application aux contrats de services de télécommunications des protections prévues au titre I visant les contrats relatifs aux biens et aux services, on s'assure que les consommateurs bénéficient pour leurs contrats de télécommunications non seulement des protections prévues à la LPC en matière de pratiques interdites, mais également des protections prévues au titre I qui prévoient notamment :

- que le consommateur n'est pas lié par les contrats qui prévoient des prestations disproportionnées ou des obligations excessives, abusives ou exorbitantes au profit du commerçant (article 8) ;
- que le commerçant ne peut se dégager des conséquences de son fait personnel ou de celui de son représentant (article 10) ;
- que le commerçant ne peut se réserver le droit de décider unilatéralement que le consommateur a manqué à l'une ou l'autre de ses obligations (article 11) ;
- que le commerçant ne peut réclamer d'un consommateur aucun frais à moins que le contrat n'en mentionne de façon précise le montant (article 12) ;
- que le commerçant ne peut imposer au consommateur, dans le cas de l'inexécution de son obligation, le paiement de frais autres que l'intérêt couru (article 13) et ;

- que le contrat doit s'interpréter en faveur du consommateur en cas de doute et d'ambiguïté (article 17).

Le titre I comprend également des dispositions importantes sur la déchéance du bénéfice du terme (104 ss.) et les garanties. Les dispositions sur les garanties prévoient notamment que le bien ou le service vendu doivent être conformes à la description qui en est faite par le commerçant ou qui apparaît au contrat et que le commerçant est lié par ses représentations ou celles qui sont faites par son représentant (40, 41, 42).

Il va sans dire que ces protections sont particulièrement utiles en matière de contrats de service de télécommunications qui contiennent notamment une panoplie de clauses abusives, des clauses d'exclusion et de limitation de responsabilité, des clauses pénales ainsi que nombreuses ambiguïtés qui ont trait notamment aux frais que devront payer les usagers. Les protections relatives aux garanties seront également très utiles car la non correspondance entre le service décrit et le service fourni est l'un des problèmes fréquemment rencontrés en matière de télécommunications.

Les clauses d'arbitrage obligatoire

En ce qui concerne l'interdiction d'inclure dans les contrats de consommation des clauses d'arbitrage obligatoire et des clauses qui ont pour effet d'empêcher un consommateur d'intenter un recours collectif ou d'y participer, cette mesure permettra enfin de mettre en frein à une tendance de plus en plus marquée de la part des commerçants¹ à recourir à ce type de clauses qui ont pour effet d'empêcher les consommateurs de saisir les tribunaux, si tel est leur souhait, et de profiter des avantages associés au recours collectif. Il est à noter que l'utilisation de ce type de clauses est particulièrement fréquente dans les contrats de service de télécommunications (Ex : Telus, Rogers et Fido). Puisque la disposition prévue au projet de loi sera intégrée au titre I de la LPC, nous insistons une fois de plus sur l'importance que revêt la suppression de l'alinéa 5 c), qui lèvera toute ambiguïté sur la possibilité d'invoquer, dans le cas d'un contrat de service de télécommunications, cette nouvelle disposition.

Les contrats à distance

Compte tenu du nombre grandissant de contrats de consommation conclus à distance, l'Union des consommateurs se réjouit également de l'ajout à la LPC d'une section portant spécifiquement sur les contrats à distance. Cette section prévoit notamment l'assujettissement des commerçants à certaines obligations en matière de divulgation de renseignements, qui doit être faite de façon expresse, évidente et intelligible, de transmission au consommateur d'un exemplaire du contrat et de délai de livraison. Ces nouvelles dispositions octroient de plus au consommateur un droit d'annulation en cas de non respect par le commerçant de ces obligations et, en cas de refus par le commerçant de rembourser le consommateur qui a exercé son droit d'annulation, le droit pour le consommateur de s'adresser à l'émetteur de la carte de crédit utilisée afin d'obtenir ce remboursement.

¹ Les clauses d'arbitrages semblent pour le moment utilisées principalement dans les contrats de consommation conclus dans le secteur des télécommunications, de l'industrie du voyage, des services financiers, de l'immobilier et de la vente de matériel électronique.

Comme nous l'avons déjà indiqué à l'Office de la protection du consommateur, le 15 novembre dernier, dans le cadre d'une rencontre portant sur le projet de loi, il nous est apparu que le texte qui prévoit certaines des protections qui seront intégrées à la section consacrée aux contrats à distance devrait, en vue de leur donner plein effet et d'éviter certaines ambiguïtés, faire l'objet de quelques ajustements.

Le second paragraphe de l'article 54.4 prévoit que le commerçant aura l'obligation de présenter les renseignements de façon à ce que le consommateur puisse les imprimer. Pour quelqu'un qui possède des compétences techniques suffisantes, tout ce qui apparaît sur Internet peut, si on s'en donne la peine, être imprimé (impression de saisies d'écran, copie du texte et collage dans un éditeur de texte pour fins d'impression). Tout le monde ne possède toutefois pas ce genre de connaissances techniques. L'ajout du mot « aisément » après le terme « imprimer » assurerait que le commerçant doit prendre des mesures qui rendent faciles la conservation et l'impression de l'offre écrite et donnerait plein effet à cette disposition.

L'article 54.6 c) prévoit que le commerçant doit reproduire au contrat écrit « les renseignements énumérés à l'article 54.4 ». De façon à s'assurer que le consommateur puisse annuler son contrat par le biais de l'article 54.8 c) dans le cas où le contrat transmis comprendrait des informations qui diffèrent de celles qui ont été divulgués par le commerçant avant la transaction, même si les renseignements qui apparaissent dans la liste qui se trouve à l'article 54.4 y sont reproduits, il nous semble que l'article 54.6 c) devrait plutôt prévoir l'obligation de porter au contrat « les renseignements divulgués conformément à l'article 54.4 ».

L'article 54.7 prévoit que le commerçant doit transmettre au consommateur un exemplaire du contrat dans les 15 jours suivant sa conclusion de façon à garantir que le consommateur puisse le conserver et l'imprimer sur support papier. Tel que libellé, l'envoi d'un exemplaire du contrat sur support papier par le commerçant par la poste ne satisferait pas les exigences de l'article 54.7 puisqu'il est impossible d'imprimer sur support papier un document qui est déjà sur un support papier. Cet article a clairement été conçu avec à l'esprit une transmission par voie électronique du contrat. Compte tenu du fait que tous les consommateurs qui concluent un contrat à distance n'ont pas nécessairement Internet ou une adresse de courriel et que les consommateurs peuvent désirer recevoir le contrat sur support papier, il serait sage de songer à modifier l'article 54.7 de manière à ce qu'il ne suggère pas au contraire un frein à l'envoi du contrat sur support papier. En outre, le terme « aisément » devrait ici encore être ajouté après les termes « conserver » et « imprimer » de façon à s'assurer que le commerçant prenne des mesures qui rendent faciles la conservation et l'impression du contrat qui serait transmis sous une forme autre qu'un imprimé.

L'article 54.8 (1) a) prévoit que le consommateur peut résoudre le contrat dans les sept jours suivant la réception du contrat dans le cas où :

a) le commerçant n'a pas, avant la conclusion du contrat, divulgué au consommateur tous les renseignements énumérés à l'article 54.4 ou ne les a pas divulgués conformément à cet article ;

Telle que libellée, cette disposition fait en sorte qu'il ne serait pas permis à un consommateur qui recevrait son bien commandé à distance plus de sept jours après la réception du contrat d'annuler le contrat par ce biais même si, par exemple, le bien

se révélait inutilisable par le consommateur en raison du défaut du commerçant de donner, conformément aux exigences de l'article 54.4, certaines spécifications techniques du bien (par exemple, le défaut d'indiquer la plateforme requise pour l'utilisation d'un logiciel).

À notre avis, il conviendrait par conséquent de modifier l'article 54.8 de façon à ce que, pour le cas prévu en a), le consommateur puisse résoudre le contrat dans les sept jours suivant non pas la réception du contrat, mais la réception du bien ou de la fourniture du service.

L'article 54.7 prévoit que le commerçant doit transmettre au consommateur un exemplaire du contrat dans les 15 jours suivant sa conclusion de façon à garantir que le consommateur puisse le conserver et l'imprimer sur support papier. En vertu du second paragraphe de l'article 54.8, le consommateur qui n'a pas reçu le contrat dans le délai prévu à l'article 54.7 bénéficie d'un droit de résolution. Cependant, le consommateur qui, contrairement aux exigences de l'article 54.7, a reçu un exemplaire du contrat qu'il ne peut conserver ou imprimer ne bénéficie d'aucun droit de résolution. Il se trouve donc que les obligations relatives à l'impression et la conservation du contrat, qui apparaissent à l'article 54.7, n'entraîneraient, en cas de non respect, aucune conséquence.

Tel que formulé, l'article 54.8 nous semble receler une certaine ambiguïté qui risque de porter à interprétation : Attendu que le texte de 54.8 insiste sur le formalisme de la divulgation et du contrat, l'alinéa a) prévoit-il en réalité un droit d'annulation dans le cas où le bien livré ne correspondrait pas à la description détaillée qu'en aurait faite le commerçant alors que la divulgation, en soi, aurait été faite conformément à ce qui est prévu à l'article 54.4 ? Ou si le bien ne correspond pas exactement aux informations qui apparaissent à la proposition que le consommateur avait eu l'occasion de réviser et de corriger ou qui apparaissent au contrat ? Nous mentionnions plus haut (54.6) que les éléments qui apparaissent au contrat devraient être identiques aux éléments divulgués en vertu de 54.4. Il semblerait logique que la concordance entre le bien ou service acheté et la description qui apparaît au contrat soit aussi clairement exigée.

En vertu de l'article 54.9 a), bien que le commerçant ait l'obligation de divulguer la date d'exécution de son obligation principale, il ne sera pas permis au consommateur de bénéficier d'un droit d'annulation si le commerçant n'a pas respecté cette date mais qu'il a tout de même exécuté son obligation dans les trente jours suivant cette date. 54.9 b) prévoit toutefois certains cas dans lesquels la date de livraison peut être une considération essentielle du contrat. Le fait de dresser une liste de cas dans lesquels la date de livraison pourrait être une condition essentielle nous semble problématique ; à notre avis, tout consommateur pour qui la date d'exécution divulguée par le commerçant en vertu de l'obligation qui lui en est faite à 54.4 est un élément essentiel à la conclusion du contrat devrait, si le commerçant ne respecte pas son engagement, pouvoir bénéficier du droit d'annulation et des mécanismes de remboursement qui y sont associés. Le principe, qui tient à la « considération essentielle », devrait ici, à notre avis, prévaloir sur une énumération qui ne peut être qu'arbitraire. Il serait curieux que l'achat d'une robe de mariée ne puisse être annulé, en vertu des dispositions prévues pour les contrats à distance, si le bien est livré le lendemain du mariage alors que l'achat d'un billet de spectacle qui devait être livré un an avant la date dudit spectacle puisse être annulé si le bien n'est pas livré le jour même auquel la livraison devait être faite.

L'ajout à l'article 54.9 de la restriction qui fait en sorte que le consommateur ne pourra annuler le contrat qu' « avant l'exécution par le commerçant de son obligation principale » risque dans certains cas de rendre sans effet les droits qui sont conférés au consommateur par ce même article. Pour ce qui est de 54.9 b), par exemple, le consommateur pour qui la date de livraison constituait une considération essentielle du contrat et qui n'a pas reçu livraison à la date dite devrait conserver son droit d'annuler le contrat même après un envoi tardif par le commerçant.

Enfin, l'article **54.15 f)** prévoit que la demande de rétrofacturation doit être faite par écrit et contenir la description détaillée des biens ou services faisant l'objet du contrat. Puisqu'il peut s'avérer difficile pour un consommateur qui n'a jamais reçu le bien commandé et pour lequel le commerçant n'a pas fourni une description détaillée de fournir lui-même une description détaillée du bien commandé, le terme « détaillée » devrait à notre avis être supprimé de cet article. En effet, une description sommaire du bien devrait pouvoir suffire à l'émetteur de la carte de crédit pour identifier la transaction sur laquelle porte la demande de rétrofacturation du consommateur.

En outre, puisqu'il est possible qu'un contrat à distance porte sur plusieurs biens ou services et que la demande de rétrofacturation pourrait ne porter que sur l'un des biens faisant l'objet du contrat, l'article 54.15 f) devrait être modifié de façon à ce que le consommateur ne se trouve pas dans l'obligation de fournir « une description détaillée des biens ou services faisant l'objet du contrat » si sa demande de rétrofacturation ne vise pas l'ensemble de ces biens ou services.

Pour ce qui est de 54.15 d), comme la date de la conclusion du contrat pourrait, dans certains cas, être difficile à déterminer avec exactitude par le consommateur, il nous semble que la transmission à l'émetteur de la carte de crédit de la date de la transaction pourrait tout aussi bien lui permettre d'identifier la transaction pour laquelle le consommateur demande rétrofacturation.

En ce qui concerne les autres modifications prévues au projet de loi, l'Union des consommateurs appuie également les propositions de modification à la LPC qui visent à :

- assujettir un plus grand nombre de biens au régime de protection relatif à la réparation, qui vise actuellement un nombre limité d'appareils dits à usage domestique;
- harmoniser certaines dispositions de la LPC et du *Code civil du Québec*, portant sur les règles de prescription, de façon à ce que les règles les plus avantageuses pour le consommateur soient retenues ;
- abroger les paragraphes h) et j) de l'article 292 de la LPC.

La LRCC

L'Union des consommateurs appuie également les modifications proposées à la LRCC, de façon à ce que soient élargies les catégories de personnes à qui une personne ou entreprise qui recouvre une créance ne pourra, sauf exception, s'adresser.

Cependant, la modification proposée à l'**article 4** de la LRCC pourrait bénéficier d'un ajustement mineur. En effet, la modification proposée semble permettre à la personne qui recouvre une créance de s'adresser à chacune des personnes énumérées pour obtenir l'adresse ou le numéro de téléphone du débiteur. Si, tel que nous le comprenons, le but de cet article est de permettre à celui qui tente de recouvrer une créance d'obtenir ces renseignements, la Loi ne devrait-elle pas prévoir qu'il ne peut, une fois qu'il les a obtenus, continuer à communiquer, ne serait-ce qu'une seule fois, avec les gens qui apparaissent à la liste ? L'article 4 de la LRCC devrait donc clairement interdire à la personne ou à l'entreprise qui tente de recouvrer une créance de communiquer avec les personnes énumérées à l'article 4 dès le moment où elle a obtenu le numéro de téléphone ou l'adresse du débiteur.

Bien que nous soyons d'avis, comme vous avez pu le constater, que quelques ajustements devraient être apportés au libellé du projet de loi, l'Union des consommateurs invite fortement les élus siégeant à l'Assemblée nationale à collaborer à l'adoption rapide d'un projet de loi qui permettra enfin aux citoyens et citoyennes du Québec de bénéficier de certaines des protections qui sont demandées depuis longtemps par les organismes de protection du consommateur, dont l'Union des consommateurs.

Le processus de modernisation des lois de protection du consommateur

Le présent projet de loi, comme l'a indiqué clairement le ministre, comme nous l'avait aussi annoncé au moment des consultations l'Office de protection du consommateur, ne constitue qu'une première phase de modification des lois de protection du consommateur. Nous applaudissons évidemment cet engagement du gouvernement à mettre en branle à très court terme un processus de consultation qui doit mener à d'autres réformes très attendues en matière de protection du consommateur. L'Union des consommateurs tient à souligner que c'est à ce processus, avec plus d'enthousiasme encore qu'au seul projet de loi no. 48, qu'elle donne son appui. En effet, l'Union des consommateurs a exprimé des préoccupations tout aussi pressantes que celles que le projet de loi tente de baliser et ce n'est que la garantie d'un processus rapide et efficace visant à des modifications plus complètes de la Loi qui nous ont amené à appuyer une première phase qui est, de par sa nature même, incomplète. L'Union des consommateurs considère que dans le cadre des consultations à venir, il est impératif que les éléments suivants, notamment, fassent l'objet d'un examen attentif :

- l'encadrement des garanties conventionnelles ;
- la mise à la connaissance du consommateur des obligations prévues au contrat ;
- l'harmonisation des lois de protection du consommateur et du C.c.Q. ;
- l'encadrement des clauses de modification unilatérale ;
- l'encadrement des clauses de résiliation ;
- l'encadrement du crédit ;
- l'encadrement des modes de paiement ;
- la reconnaissance aux associations de consommateurs d'un intérêt propre à agir en justice dans l'intérêt collectif des consommateurs ;
- la mise sur pied d'un organe consultatif permanent ;
- l'encadrement des nouvelles formes de publicité ;

- la codification du droit de la consommation.

Nous sommes bien conscients que certains intervenants, dont certaines entreprises, auraient souhaité, tout comme nous d'ailleurs, que quelques autres de leurs préoccupations soient traitées immédiatement, dans le cadre de cette première phase. Le cas échéant, les consultations à venir offriront également l'occasion d'examiner les propositions de changements aux lois de protection du consommateur formulées par certaines entreprises. On pense évidemment à une demande dont nous a fait part le Mouvement des caisses Desjardins, qui aimerait bien que soit incluses immédiatement, dans le projet de loi sous étude, certaines modifications qu'il estime importantes, mais dont le mérite et l'urgence, du point de vue des consommateurs, restent à être démontrés et qui sont loin de faire consensus. Nous sommes d'avis que les consultations à venir constitueront le forum idéal pour examiner ces préoccupations et, le cas échéant, proposer d'autres modifications qui viseraient à assurer une meilleure protection du consommateur.

L'Union des consommateurs appuie donc le processus de modernisation mis en place, qui est de nature à nous permettre d'aboutir à une réforme plus large des lois de protection du consommateur tout en permettant de faire rapidement bénéficier les consommateurs des mesures qui font déjà l'objet d'un consensus auprès des organismes de protection des consommateurs.

Financement

Pour conclure, l'Union des consommateurs tient à rappeler que bien que les dispositions prévues au projet de loi constituent une avancée majeure pour la protection de certains droits et intérêts des consommateurs, il est impératif que les organismes dont la mission est de protéger les droits et intérêts des consommateurs, tels que l'Union des consommateurs et l'Office de la protection du consommateur, disposent des ressources financières nécessaires pour veiller adéquatement à ce que les commerçants respectent les droits conférés aux consommateurs par le biais notamment de la LPC et de la LRCC.