

**Présentation de la  
Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ)**



**Dans le cadre des consultations particulières de la  
Commission des relations avec les citoyens**

**sur le Projet de Loi n° 24,  
Loi visant principalement à lutter contre le surendettement  
des consommateurs et à moderniser les règles relatives au crédit  
de la consommation**

**25 octobre 2011**

# Index

<b>Présentation de l'intervenante .....</b>	<b>4</b>
<b>Membres de la CACQ.....</b>	<b>4</b>
<b>Intérêt de la CACQ pour la consultation .....</b>	<b>5</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>6</b>
<b>Article 10 du Projet de Loi 24 ajoutant les articles 65.1 à 65.5 – Carte de débit et autres instruments de paiement.....</b>	<b>8</b>
<b>Articles 12 et 13 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 72 et ajoutant l'article 72.1 – Portant sur le calcul des frais de crédit.....</b>	<b>8</b>
<b>Article 14 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 73 – Délai de résolution.....</b>	<b>9</b>
<b>Article 15 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 79.1 – Faculté de résolution des contrats accessoires .....</b>	<b>9</b>
<b>Article 16 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 92 – Pénalité imposable pour un défaut de paiement dans le cadre d'un contrat de crédit variable .....</b>	<b>10</b>
<b>Articles 17 et 34 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 95 et ajoutant l'article 126.3 – Erreur de facturation – Crédit variable. ....</b>	<b>10</b>
<b>Article 21 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 101 – Obligation de fournir une quittance et de faire radier toute inscription à un registre .....</b>	<b>11</b>
<b>Articles 22 et 80 du Projet de Loi 24 ajoutant les articles 103.1 à 103.3 – Opposabilité des moyens de défense (103.1), effet d'une contestation judiciaire (103.2) et incapacité de payer en raison d'une force majeure (103.3) .....</b>	<b>12</b>
<b>Articles 22, 44 et 75 du Projet de Loi 24 ajoutant les articles 103.4, 103.5, 150.3.8, 150.3.9 et 245.4 – Obligation de vérifier la capacité de rembourser.....</b>	<b>13</b>
<b>Article 24 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 112 – Assurances .....</b>	<b>15</b>
<b>Articles 30, 33, 34, 76 et 78 du Projet de Loi 24 modifiant et ajoutant les articles 119.1, 125, 126, 246 et 247 – Divulgateur obligatoire de certaines informations .....</b>	<b>15</b>
<b>Articles 31 et 32 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 122.1 et remplaçant l'article 124 – Limite de responsabilité et arrêt de paiement .....</b>	<b>17</b>

<b>Article 33 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 125.3– Taux promotionnel .....</b>	<b>18</b>
<b>Articles 34 et 91 du Projet de Loi 24 ajoutant et modulant l'application de l'article 126.1 – Paiement minimum .....</b>	<b>18</b>
<b>Article 37 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 128 – Augmentation de la limite de crédit ...</b>	<b>19</b>
<b>Article 67 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 223.1 – Clarté publicitaire .....</b>	<b>19</b>
<b>Article 74 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 245.1 – Sollicitation sur le crédit.....</b>	<b>20</b>
<b>Articles 72, 73, 76, 78 et 79 du Projet de Loi 24 modifiant les articles 244, 245, 246, 247 et ajoutant l'article 247.2 – Publicité sur le crédit.....</b>	<b>23</b>
<b>Article 75 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 245.2 – Interdiction d'offrir une prime pour inciter le consommateur à remplir une demande de crédit .....</b>	<b>24</b>
<b>Article 75 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 245.3 – Interdiction partielle de contracter avec des mineurs non émancipés.....</b>	<b>25</b>
<b>Article 80 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 251.1 – Encadrement des sommes retenues sur une carte de crédit.....</b>	<b>25</b>
<b>Les grandes omissions .....</b>	<b>26</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>30</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>31</b>

## Présentation de l'intervenante

La Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ) regroupe 22 associations de protection des consommateurs réparties à travers le Québec. La majorité de nos associations fait de la consultation budgétaire et répond aux problèmes des consommateurs en matière de crédit, d'endettement et de pratiques commerciales ce qui en fait des spécialistes terrain dans ce domaine.

La mission de la CACQ est de promouvoir et de défendre les intérêts des consommateurs à l'échelle nationale. La promotion et la défense des droits représentent une approche d'intervention qui vise l'entière reconnaissance et la pleine application des droits humains. Elles comprennent la promotion des droits à faire reconnaître, ainsi que des actions qui favorisent le plein exercice des droits existants. L'action de la CACQ, qui regroupe des organismes de défense collective des droits, inclut les composantes suivantes de la défense des droits : une action politique non partisane, des activités de mobilisation sociale, des activités de représentation et des activités d'éducation populaire autonome, axées sur les droits et la vie démocratique.

Préoccupée par l'endettement grandissant des consommateurs, la Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ) organise depuis 2004 une vaste campagne provinciale d'éducation et de sensibilisation au crédit et à l'endettement « *Dans la marge jusqu'au cou* » pour laquelle la Coalition a reçu le prix de l'Office de la protection du consommateur en 2009.

Rappelons que la Coalition des associations de consommateurs du Québec participe activement depuis 2006 aux consultations menées par l'Office de la protection du consommateur (OPC) concernant les modifications devant être apportées à la Loi sur la protection du consommateur.

## Membres de la CACQ

ACEF des Basses-Laurentides  
ACEF des Bois-Francs  
ACEF du Haut-St-Laurent  
ACEF de l'Outaouais  
ACEF de Québec  
ACEF du Sud-Ouest de Montréal  
ACEF, Rimouski-Neigette et Mitis  
ACEF Rive-Sud de Montréal  
ACEF de la Péninsule  
APIC Côte-Nord  
CRIC de Port-Cartier

*CIRCCO*  
*Fonds communautaire des Chenaux*  
*GRAPE*  
*SAAB de Charlevoix-Est*  
*Service budgétaire Lac-Saint-Jean-Est*  
*SBC de Chicoutimi*  
*SBC de Jonquière*  
*SBP de La Baie/Bas Saguenay*  
*SBP des Sources*  
*SBP de Saint-Félicien*  
*Solutions Budget Plus*

## **Intérêt de la CACQ pour la consultation**

Les membres de la Coalition se réjouissent qu'avec le Projet de Loi 24, le Ministre de la Justice s'attaque enfin à une modernisation et à un meilleur encadrement du crédit afin de réduire le niveau d'endettement des Québécois.

Nous considérons ce Projet de Loi comme étant indispensable dans un contexte où l'endettement des consommateurs au Québec représente un grave problème socio-économique dont la croissance prend des proportions incontrôlables. Depuis 1990, l'endettement des ménages augmente 7 fois plus vite que les revenus (Institut Vanier de la famille, 2010). En 2011, le taux d'endettement a atteint un sommet record de 150 % et si la tendance actuelle se maintient, le taux d'endettement au Canada pourrait facilement atteindre 160 % au cours des deux prochaines années.

Plusieurs facteurs ont contribué à la croissance dramatique de l'endettement. Lors de dernières décennies, l'accès au crédit a connu un accroissement fulgurant. La majorité des citoyens y ont recours de façon courante. L'offre du crédit s'est diversifiée, des nouvelles formes de crédit toujours plus complexes sont apparues.

Cette offre accrue du crédit coïncide avec une stagnation des revenus et diminution du pouvoir d'achat pour certains secteurs de la population. Dans une telle situation, les cartes de crédit deviennent une solution facile pour joindre les deux bouts. Dans leur pratique quotidienne, les associations de consommateurs observent que les ménages sont à court de liquidité et utilisent le crédit pour combler leurs besoins de base.

Les membres de la CACQ constatent également une méconnaissance inquiétante du fonctionnement du crédit : du taux d'intérêt, du calcul des intérêts ou de leurs responsabilités relatives aux cartes de crédit. Cette méconnaissance relève d'une part d'un manque d'éducation financière des consommateurs. Cependant, la façon dont les consommateurs sont sollicités pour se procurer toujours davantage de crédit est également un facteur important. Dans les publicités, le crédit est décrit comme la solution miracle qui permet de réaliser des rêves, avoir accès aux biens autrement inaccessibles, en mettant l'accent sur la facilité de l'obtention et de l'utilisation sans s'attarder aux obligations et aux conséquences pour le consommateur.

## Introduction

Suite à ces constats, nous considérons que le Projet de Loi 24 apporte plusieurs innovations importantes au droit de la consommation qui contribueront à combattre le surendettement des consommateurs.

Au nombre de ces innovations, on compte d'abord une modification du taux du paiement minimum par période sur le solde d'une carte de crédit. Cette mesure évitera aux consommateurs de déboursier des frais de crédit pendant de longues périodes. De même, l'inscription sur l'état de compte d'une estimation du nombre de mois ou d'années requis pour rembourser le solde total si seul le paiement minimum est effectué complète efficacement cette obligation.

La vérification de la capacité de rembourser le crédit octroyé répond aussi à nos demandes en matière de lutte contre le surendettement. Beaucoup de gens se retrouvent surendettés après avoir contracté des emprunts trop importants par rapport à leur revenu. En contraignant l'émetteur de crédit à prendre en considération la situation financière de l'emprunteur préalablement à la conclusion d'un contrat de crédit, on aide à prévenir ce genre de situations. La possibilité de faire réviser les modalités de paiement par le tribunal en cas de force majeure permet aussi de couvrir les situations inattendues qui surviennent, une fois le contrat conclu.

Un autre gain pour les consommateurs tient dans l'instauration d'un régime de responsabilité concernant la carte de débit. En effet, le consommateur voit sa responsabilité restreinte à 50\$ lorsqu'il est victime de fraude. S'il y a soupçon de fraude, le fardeau de la preuve revient dorénavant à l'institution financière.

D'autres dispositions du Projet de Loi remédient à des difficultés que les consommateurs éprouvent dans le cadre de contrats de crédit. On retrouve parmi celles-ci la faculté de résoudre les contrats accessoires au contrat de crédit, la possibilité d'annuler sa carte conjointe et de faire cesser des paiements préautorisés en s'adressant directement à l'émetteur de crédit, de même qu'une meilleure information sur les retenues pouvant être effectuées sur la carte. La couverture des activités des prêteurs sur gages contribuera aussi à mieux protéger les consommateurs.

Toutefois, nous déplorons que par rapport à plusieurs problématiques urgentes, ce Projet de Loi ne propose pas des mesures adéquates.

La lacune la plus importante est le manque d'encadrement des offres de crédit non sollicitées. Selon notre étude réalisée sur ce sujet en 2010 « Les offres de crédit postales - *Entre le rêve et la réalité* », les pratiques de sollicitation favorisent l'impulsivité des consommateurs, facilitent l'accès au crédit et incitent les

consommateurs à s'endetter davantage. D'autant plus que les informations sur le fonctionnement du crédit ne sont pas claires, sont très difficiles à lire et à comprendre et ne sont pas toujours transmises. Par conséquent, les consommateurs s'engagent sans vraiment comprendre le fonctionnement et les coûts associés au crédit. C'est pourquoi, dans une perspective de protection accrue des consommateurs, nous vous invitons, Monsieur le Ministre, à renforcer l'encadrement de cette pratique.

Nous regrettons également l'absence de mesures pour accroître la protection des jeunes. Fortement sollicités dans les cégeps et les universités pour se procurer des cartes de crédit, ils en sont à leurs premières armes en matière de finances personnelles. Dans plusieurs études, ils sont identifiés comme étant particulièrement vulnérables en cette matière en raison notamment de leur manque de compréhension du fonctionnement du crédit.

De plus, nous soulignons l'absence de mesures encadrant le taux de crédit maximum ainsi que les assurances solde sur les cartes de crédit.

Notons enfin 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 teneur, non plus que l'expression d'un désaccord.

## **Article 10 du Projet de Loi 24 ajoutant les articles 65.1 à 65.5 – Carte de débit et autres instruments de paiement**

Actuellement, les cartes de débit ne font l'objet d'aucun encadrement législatif. Le *Code de pratique canadien des services de cartes de débit*, un code volontaire adopté en 1992 par les institutions financières, s'est révélé insuffisant pour assurer une protection adéquate des consommateurs dans ce domaine.

En situation de perte, de vol ou de fraude, le fardeau de la preuve repose toujours sur le consommateur, qui doit prouver qu'il n'a pas contribué à l'utilisation frauduleuse de sa carte, par exemple en divulguant son NIP. Ce renversement du fardeau de la preuve est d'autant plus injuste que c'est l'institution qui possède l'équipement de sécurité, les relevés bancaires, ceux du guichet, etc. Pour le consommateur, qui possède peu de moyens, la preuve de son innocence est souvent difficile à faire.

La CACQ appuie donc l'article 10 du Projet de Loi 24, qui offrira aux détenteurs d'une carte de débit la même protection que pour une carte de crédit, avec la même limite de responsabilité de 50 \$. Ceci est d'autant plus justifié que les cartes de débit et les cartes de crédit tendent à se ressembler de plus en plus, notamment en raison de la généralisation de l'utilisation d'un NIP.

Nous accueillerons aussi très favorablement l'ajout du délai de deux jours pour le remboursement des dommages.

## **Articles 12 et 13 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 72 et ajoutant l'article 72.1 – Portant sur le calcul des frais de crédit**

L'obligation d'inclure tous les frais afférents dans le calcul du taux de crédit est pour nous un acquis très important afin de garantir aux consommateurs la comparaison de différentes offres de crédit. En général, il faut donc faire preuve de prudence dans l'exclusion de composantes des frais de crédits du calcul du taux de crédit.

La majorité des frais maintenant exclus du calcul du taux de crédit sont justifiés, tant que les sommes exclues sont raisonnables.

La CACQ appui partiellement les exclusions prévues aux articles 12 et 13 du Projet de Loi 24.

Nous recommandons d'ajouter un deuxième alinéa au nouvel article 72.1 qui se lirait : « Les composantes exclues du calcul du taux de crédit doivent être raisonnables et correspondre à la valeur du service offert. »

#### **Article 14 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 73 – Délai de résolution**

L'augmentation du délai de résolution d'un contrat de crédit de 2 à 7 jours est un progrès pour les consommateurs québécois. Un plus long délai offrirait une meilleure protection aux consommateurs, en leur donnant davantage de temps pour réfléchir et se renseigner sur la nécessité réelle du contrat de crédit qu'ils ont conclu. Nous croyons que ce délai devrait être prolongé à 15 jours, comme c'est le cas pour les normes européennes (art. 14 de la *Directive 2008/48/CE* de l'Union européenne).

La CACQ est d'avis que « deux jours » devrait être remplacé par « 15 jours » au lieu du « 7 jours » prévu à l'article 14 du Projet de Loi 24.

#### **Article 15 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 79.1 – Faculté de résolution des contrats accessoires**

Plusieurs consommateurs découvrent, plusieurs mois après la conclusion d'un contrat de crédit, qu'ils ont conclu un contrat accessoire qui leur est d'une utilité limitée par rapport aux frais qu'ils doivent déboursier pour bénéficier du service offert. Or, l'annulation d'un tel contrat n'est pas toujours possible. La faculté pour un consommateur de résilier à tout moment un contrat non obligatoire conclu à l'occasion d'un contrat de crédit permet de régler ce problème.

La CACQ est d'accord avec l'ajout prévu à l'article 15 du Projet de Loi 24

## **Article 16 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 92 – Pénalité imposable pour un défaut de paiement dans le cadre d'un contrat de crédit variable**

Dans son ensemble, la nouvelle version de l'article 92 en limitant les frais exigibles d'un consommateur en défaut de paiement, répond à la plupart de nos attentes.

Toutefois, la CACQ aurait souhaité que le Projet de Loi s'attaque également à la pratique de plusieurs émetteurs de crédit qui, suite à un défaut de paiement du consommateur, augmentent unilatéralement le taux d'intérêt applicable sur le solde total d'une carte de crédit. Ainsi, un consommateur qui vit des difficultés financières se retrouve à assumer des obligations encore plus onéreuses, augmentant d'autant ses risques de surendettement et d'insolvabilité.

Malgré les progrès apportés par le Projet de Loi 24, la pratique consistant à imposer à un consommateur un taux punitif demeure toujours légale. Les articles 13, 81, 92 et 119 de la *Loi sur la protection du consommateur* ont seulement pour effet d'interdire, dans les contrats de crédit variable, les pénalités pour défaut de paiement qui consistent en un montant fixe. Par exemple, il serait interdit à un commerçant d'imposer au détenteur d'une carte de crédit une pénalité de 100 \$ pour sanctionner un défaut de paiement, mais il lui serait permis d'augmenter le taux applicable de 10 %.

Bien qu'en vertu d'un nouvel article 92 « le commerçant ne peut réclamer [...] les seuls frais énumérés », nous croyons qu'une interdiction expresse visant spécifiquement l'imposition de taux punitif est essentielle. L'ajout d'un article 92.1 se lisant « L'imposition, en cas de défaut du consommateur de respecter l'une de ses obligations, d'un taux punitif sur le solde ou une partie du solde est interdite ».

La CACQ appuie la modification de l'article 92 tel que proposé à l'article 16 du Projet de Loi 24.

La CACQ réclame l'ajout d'une interdiction expresse et spécifique d'imposer un taux punitif en cas de défaut de paiement.

## **Articles 17 et 34 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 95 et ajoutant l'article 126.3 – Erreur de facturation – Crédit variable.**

Bien que ces articles ne soient pas modifiés par le même article du Projet de Loi, les impacts des modifications doivent être analysés comme un tout, comprenant aussi les articles 96 et 97 qui leur sont associés.

Les articles 95 et 126.3, concernant la contestation d'erreurs de facturation et la demande de pièces justificatives pour toute opération portée à un état de compte de crédit variable, prévoient des droits essentiels pour le consommateur.

Nous croyons que l'ajout d'un délai limite la possibilité pour le consommateur de faire rectifier une erreur de facturation, surtout que le délai de 60 jours pour l'envoi du premier écrit nous semble assez court, un délai de 6 mois serait plus approprié.

Le délai de 60 jours pour exiger une correction si le consommateur se prévaut du nouvel article 126.3 pour demander les pièces justificatives nous semble approprié, si le délai pour faire une telle demande est aussi de 6 mois.

On peut prendre l'exemple d'un consommateur ne faisant le bilan de ses états de compte que quelques fois par année. Lors de la révision de ses comptes, ce consommateur pourra se trouver dans une situation où il aura perdu son droit de demander des pièces justificatives ou de contester une opération, bien qu'il vienne tout juste de découvrir l'erreur en question sur son état de compte.

De plus, bien que l'article 96 oblige le commerçant refusant d'apporter les corrections au compte à justifier son refus, sous peine de la sanction prévue à l'article 97, il manque un élément, qui est pourtant présent dans les articles semblables de la LPC, les motifs du refus doivent être raisonnables.

La CACQ serait en accord avec l'article 17 et la partie de l'article 34 couvrant l'ajout de l'article 126.3 du Projet de Loi 24 si et seulement si :

- Le délai de 60 jours des articles 95 (si le consommateur ne se prévaut pas de l'article 126.3) et 126.3 est augmenté à 6 mois
- Le remplacement du terme « motifs » du paragraphe b du 1<sup>er</sup> alinéa de l'article 96 par « motifs raisonnables » et l'abrogation de « qui en fait la demande » du même paragraphe.

## **Article 21 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 101 – Obligation de fournir une quittance et de faire radier toute inscription à un registre**

L'ajout d'un délai, la précision tant qu'à la charge des frais et l'élargissement de la portée de l'article pour inclure la radiation de toute inscription à un registre de droit ne peut être qu'à l'avantage du consommateur.

Le consommateur acquittant une obligation réduite, par jugement ou entente avec le créancier, n'acquiesce pas la totalité de son obligation initiale, donc ne pourrait se prévaloir de cette nouvelle disposition.

La CACQ appuie les modifications prévues par l'article 21 du Projet de Loi 24, mais recommande l'abrogation des termes « la totalité de » du premier alinéa.

**Articles 22 et 80 du Projet de Loi 24 ajoutant les articles 103.1 à 103.3 – Opposabilité des moyens de défense (103.1), effet d'une contestation judiciaire (103.2) et incapacité de payer en raison d'une force majeure (103.3)**

Nous accueillons favorablement l'ajout de l'article 103.1 élargissant la portée de l'ancien article 116 pour inclure les contrats de crédit variable. Ceci permettra à un consommateur d'opposer à l'encontre de l'émetteur de crédit, les mêmes moyens de défense qu'il peut faire valoir à l'encontre du commerçant-vendeur.. Particulièrement utile dans le domaine de la vente itinérante de thermopompes, par exemple, dans des cas des biens défectueux ou encore la faillite des commerçants

Par contre, nous croyons qu'il est nécessaire d'inclure une présomption simple de collaboration entre le commerçant vendeur et l'émetteur de crédit (par exemple : si le crédit est consenti spécifiquement pour le contrat) pour alléger la preuve devant être faite par le consommateur.

Lors de nos consultations avec nos bénéficiaires, nous rencontrons de nombreux cas, notamment dans le domaine de l'entretien des thermopompes, où le consommateur ne peut exercer les recours auxquels il a droit contre un commerçant ayant fait faillite ou mit fin à ses opérations. Nous suggérons qu'en plus de moyens de défense, le consommateur puisse inclure l'émetteur dans tout recours contre le commerçant vendeur concernant un contrat couvert par le nouvel article 103.1.

Des changements majeurs dans la situation financière d'un consommateur peuvent affecter sa capacité de rembourser un prêt. L'article 103.3 propose une solution originale à ce problème, permettant au consommateur, en cas de force majeure, de prévenir un défaut de paiement en faisant appel aux tribunaux pour modifier les modalités de paiement prévues au contrat de crédit.

Nous croyons que l'emploi unique de l'expression « force majeure » à l'article 103.3 pourrait se révéler insuffisant pour assurer une réelle efficacité de cet article. En termes juridiques, une force majeure n'équivaut pas nécessairement à une perte d'emploi, une maladie grave, un divorce ou un décès – qui sont pourtant toutes des situations qui devraient, selon nous, être couvertes par cet article. Dans certains cas, nous craignons que des consommateurs se trouvant dans une situation qui nécessiterait une modification des modalités de paiement ne puissent bénéficier du droit prévu à l'article 103.3, car leur situation ne répondrait pas exactement aux critères nécessaires pour être une « force majeure ».

La CACQ est en accord avec l'ajout de l'article 103.1 remplaçant et élargissant la portée de l'article 116 mais suggère :

- L'ajout d'une présomption simple de collaboration entre le commerçant vendeur et l'émetteur lorsqu'un nouveau crédit, incluant une hausse de limite, est consenti spécifiquement pour la conclusion d'un contrat
- Que le consommateur puisse se prévaloir des recours dont il dispose envers le commerçant contre l'émetteur de crédit.

La CACQ est en accord avec l'ajout de l'article 103.2

La CACQ est en accord avec l'ajout de l'article 103.3 sous réserve de:

- L'ajout de « d'une maladie grave, d'une perte d'emploi, d'une séparation de fait ou du décès d'un proche » entre « force majeure » et « le tribunal »
- L'ajout de « ou s'il s'agit d'un contrat couvert par les sections VI et VII du présent chapitre, autorise le consommateur à résilier le contrat » à la fin du premier alinéa.
- Modifier l'article 80 du projet de Loi 24 pour que le nouvel article 251.2 inclue la modification des modalités de paiement et la réduction des obligations

### **Articles 22, 44 et 75 du Projet de Loi 24 ajoutant les articles 103.4, 103.5, 150.3.8, 150.3.9 et 245.4 – Obligation de vérifier la capacité de rembourser**

Nous accueillons l'introduction du principe du prêt responsable dans la *Loi sur la protection du consommateur* avec enthousiasme. Cette mesure responsabilise les émetteurs de crédit en les forçant à vérifier la capacité de remboursement du consommateur avant le prêt sous peine de la perte de leur droit de réclamer les frais de crédit. Une des causes les plus importantes du surendettement des consommateurs québécois tient dans la facilité de l'accès au crédit. En effet, les émetteurs de crédit ne considèrent pas la situation financière réelle du débiteur avant de lui octroyer un crédit. Les recherches menées par les émetteurs de crédit sont, la plupart du temps, incomplètes à cet égard. Dans notre pratique, nous

rencontrons souvent des gens avec de multiples cartes de crédit ayant des limites qui ne correspondent pas du tout à leur capacité de paiement. Un exemple : une dame avec un revenu de retraite de 950 \$ par mois, soit 11 400 par année, s'est fait attribuer une carte de crédit MBNA avec une limite de 35 000 \$.

Plusieurs États occidentaux ont adopté, au cours des dernières années, des normes visant à responsabiliser les prêteurs et encadrer l'accès au crédit. Ce concept fait notamment partie de la *Directive 2008/48/CE* sur le crédit aux consommateurs de l'Union européenne et a été intégré aux lois fédérales américaines. Un prêt responsable suppose essentiellement que le prêteur soit capable de démontrer qu'il a évalué soigneusement la capacité de remboursement de l'emprunteur avant de lui accorder le prêt. Lorsque le prêteur ne respecte pas son obligation d'étude préalable de la solvabilité de l'emprunteur, il perd le droit de réclamer les frais de crédit. La norme la plus sévère nous provient de la Suisse où la sanction est, non seulement la perte du droit de réclamer les intérêts, mais aussi le capital.

La codification du principe du prêt responsable proposée dans le Projet de Loi 24 couvre à la fois la question de l'octroi du crédit et celle du renouvellement du crédit, en obligeant l'émetteur de crédit à procéder à une même vérification lorsqu'il augmente la limite de crédit consentie. La sanction, soit la perte du droit aux frais de crédit, paraît elle aussi une mesure efficace.

Toutefois, les éléments devant être pris en compte pour évaluer la capacité de rembourser du consommateur devraient être énoncés dans la loi elle-même, et non pas simplement être prévus au règlement d'application. En France, l'article L311-10 de la *LOI n° 2010-737 du 1er juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation* fait ainsi référence aux « ressources et charges de l'emprunteur ainsi que, le cas échéant, aux prêts en cours contractés par ce dernier ». Les normes européennes, plus globales, proposent aussi la consultation d'une base de données<sup>1</sup>, qui équivaut ici au dossier de crédit.

Puisque la fiabilité du seul dossier de crédit peut être mise en doute pour évaluer la capacité de payer du consommateur, il serait opportun qu'il ne constitue qu'un des éléments à considérer pour évaluer la capacité de rembourser. Au dossier de crédit pourraient notamment s'ajouter les revenus et dépenses et tous les prêts contractés par le consommateur.

Nous suggérons d'ajouter un renversement du fardeau de la preuve comme complément de l'obligation de vérifier la capacité de rembourser du consommateur. En effet, la rédaction actuelle des articles 103.4 et 103.5 a pour effet de requérir du consommateur qu'il fasse la preuve que l'émetteur n'a pas effectué la vérification requise. Or, cette preuve peut s'avérer difficile à établir. Nous proposons donc d'ajouter une présomption à l'effet que lorsque le

---

<sup>1</sup> *Directive 2008/48/CE sur le crédit aux consommateurs*, art. 8

commerçant a octroyé un prêt dépassant la capacité de rembourser du consommateur, il soit présumé ne pas avoir effectué la vérification requise. Ce serait alors au commerçant de prouver qu'il a vérifié la capacité de rembourser du consommateur.

La CACQ est d'accord avec l'ajout des articles 103.4, 103.5, 150.3.8, 150.3.9 et 245.4.

La CACQ propose d'ajouter un 2<sup>e</sup> alinéa aux nouveaux articles 103.5 et 150.3.9 se lisant : « En cas d'incapacité de rembourser de l'emprunteur, l'émetteur est présumé ne pas avoir évalué la capacité de remboursé de l'emprunteur »

#### **Article 24 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 112 – Assurances**

Nous sommes tout à fait d'accord avec les nouvelles dispositions portant sur les assurances obligatoires et qui réitèrent le droit du consommateur de choisir une assurance autre que celle proposée par l'émetteur du crédit ainsi que d'apporter des précisions sur la possibilité de l'émetteur de refuser ce choix.

Par ailleurs, l'article 14 du *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur* devrait être abrogé, de façon à ce que les coopératives de services financiers soient couvertes par les articles 111 et 112 LPC.

La CACQ est d'accord avec les modifications proposées par l'article 24 du Projet de Loi 24.

Nous recommandons l'abrogation de l'article 14 du *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*.

#### **Articles 30, 33, 34, 76 et 78 du Projet de Loi 24 modifiant et ajoutant les articles 119.1, 125, 126, 246 et 247 – Divulgence obligatoire de certaines informations**

Bien que nous voyions d'un œil favorable le resserrement des normes relatives aux informations devant être obligatoirement divulguées au consommateur et la forme que doit prendre cette information, nous croyons qu'il y a toujours certaines lacunes.

Selon la réglementation fédérale, les émetteurs de cartes de crédit doivent inclure un encadré informatif (aussi appelé Schumer Box) au début des formulaires de demande de carte de crédit ou des conventions de crédit, ou sur un document distinct transmis en même temps que ces documents<sup>2</sup>. L'encadré doit indiquer clairement les éléments clés du contrat de crédit (tels que le taux d'intérêt, les délais de grâce et les frais de crédit) de façon à faciliter la comparaison entre les différentes offres de crédit.

Nous demandons qu'un encadré semblable à celui exigé par la réglementation fédérale soit aussi exigé par la loi provinciale. Afin de permettre un choix éclairé au consommateur, cet encadré ne devrait pas uniquement apparaître sur les formulaires de demande de crédit ou sur les contrats de crédit variable. Une même Schumer Box devrait figurer sur tous les documents que le consommateur consulte en lien avec sa carte de crédit, soit toute offre publicitaire, le formulaire de crédit, le contrat et le relevé de compte. L'apparence de cet encadré devrait être standardisée et uniformisée pour rendre accessible de manière simple et intelligible toute l'information pertinente au consommateur.

Idéalement, la forme et le contenu de l'encadré informatif requis par la loi provinciale devraient être harmonisés avec les exigences fédérales, de façon à éviter un dédoublement inutile d'informations. Une façon simple de parvenir à cette fin serait simplement d'étendre la divulgation obligatoire prévue au *Règlement sur le coût d'emprunt* fédéral à tous les documents écrits relatifs au crédit variable (formulaire, contrat, état de compte, publicité), et non seulement au formulaire ou au contrat de crédit.

Le dernier paragraphe du nouvel article 119.1 est inacceptable, un simple numéro de téléphone ne peut suffire pour que le consommateur puisse faire un choix éclairé, cette information doit être contenue sur le formulaire de demande de crédit, un dépliant annexé ne serait pas non plus une mesure acceptable.

Les éléments prévus à la déclaration fédérale sur le contrat de crédit variable sont les suivants : la limite de crédit initiale, le taux d'intérêt annuel, la période sans intérêt et le délai de grâce, le mode de calcul des intérêts, le mode de calcul du paiement minimum, le taux de conversion, les frais annuels et les autres frais. Bien que ces éléments ne correspondent pas parfaitement aux concepts élaborés dans la LPC (laquelle insiste principalement sur les notions de frais et de taux de crédit), rien n'empêche le législateur provincial de forcer la divulgation de ces éléments.

---

<sup>2</sup> *Règlement sur le coût d'emprunt*, art. 6 et annexe 5

La CACQ est accord avec l'ajout de l'article 119.1 si le 2<sup>e</sup> alinéa de cet article est abrogé.

La CACQ appuie les modifications des articles 125, 126, 246 et 247 dans le cadre du Projet de Loi 24.

La CACQ aurait préféré et recommande que l'information devant être obligatoirement diffusée le soit sous la forme d'une « Schumer Box » devant être intégrée à tous documents relatifs au contrat de crédit et sur toute forme de publicité.

### **Articles 31 et 32 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 122.1 et remplaçant l'article 124 – Limite de responsabilité et arrêt de paiement**

Nous appuyons ces deux dispositions qui rendent plus faciles l'annulation de la responsabilité pour une carte de crédit conjointe, entre autres, et la clarification des règles pour les paiements préautorisés. Toutefois, nous croyons qu'il serait préférable que l'événement à partir duquel la responsabilité du consommateur cesse soit le moment où il contacte l'émetteur par n'importe quel moyen, au lieu d'exiger un avis écrit qui peut être plus long et engendre des coûts.

En effet, plusieurs transactions peuvent avoir lieu dans l'intervalle de temps séparant le moment où le consommateur constate la nécessité d'aviser l'émetteur de l'une des situations prévues aux nouveaux articles et le moment où l'émetteur reçoit l'avis écrit exigé. Le processus de notification de l'émetteur doit être le plus rapide possible pour éviter un préjudice au consommateur, quitte à exiger *a posteriori* un avis écrit pour confirmer une demande faite préalablement de vive voix.

La CACQ propose l'abrogation des termes « par écrit » et « qu'il joint à l'avis » du 1<sup>er</sup> alinéa du nouvel article 122.1 et l'ajout d'un 2<sup>e</sup> alinéa à ce même article se lisant : « Le consommateur doit, dans les 15 jours suivants l'avis, faire parvenir, au commerçant, un écrit confirmant la demande à laquelle il doit joindre la carte annulée »

La CACQ propose une reformulation de l'article 124 qui se lirait :  
« Le consommateur, ayant conclu au bénéfice d'un tiers une entente de paiements préautorisés qui se font à même un crédit consenti dans le cadre d'un contrat de crédit variable, peut y mettre fin en tout temps en avisant le commerçant partie au contrat de crédit variable qui doit alors cesser de débiter le compte du consommateur pour effectuer les paiements au tiers bénéficiaire.

Le consommateur doit, dans les 15 jours suivants l'avis, faire parvenir, au commerçant et au tiers bénéficiaire, un écrit confirmant la demande. »

### **Article 33 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 125.3– Taux promotionnel**

Nous appuyons la fixation d'une durée minimale pour un taux promotionnel, mais la durée de 6 mois nous apparaît trop courte.

Les émetteurs de crédit utilisent très fréquemment des taux promotionnels pour mousser la publicité de leurs produits. L'importance de cet incitatif utilisé auprès des consommateurs nous amène à suggérer d'étendre davantage la durée minimale du taux promotionnel, en la fixant à une durée minimale d'un an.

La CACQ appuie l'ajout de l'article 125.3, mais recommande que le terme de « six mois » soit prolongé à « un an ».

### **Articles 34 et 91 du Projet de Loi 24 ajoutant et modulant l'application de l'article 126.1 – Paiement minimum**

Depuis la fin des années 90, le montant demandé à titre de paiement minimum a diminué dramatiquement. Le pourcentage du solde réclamé à titre de paiement minimum est passé de 8 % à 2 % ou parfois même 1 %. Si, à première vue, les consommateurs accueillent souvent de façon favorable une baisse de leurs obligations, cela a pour effet de rallonger la période de remboursement des consommateurs qui ne paient que le montant minimum requis, augmentant les frais d'intérêt payés. Dans certains cas, le remboursement ne couvre même pas les frais d'intérêt.

Dans d'autres cas, les émetteurs de crédit accordent même des congés de paiement lors d'occasions spéciales, telles que le temps des fêtes, de façon à inciter les consommateurs à recourir au crédit. Ces congés de paiement sont d'autant plus trompeurs que les intérêts continuent à courir sur le solde au cours de la période.

D'autre part, nous constatons dans notre pratique un manque de compréhension du concept même du « paiement minimum » chez plusieurs consommateurs. Pour eux, faire un paiement sur leur carte de crédit équivaut au paiement de leur facture d'Hydro-Québec, par exemple. Il s'agit de payer le montant qui est marqué en bas de la page pour remplir leur obligation. Ceci leur donne l'impression de bien gérer leurs finances personnelles. En effectuant les paiements minimums, le consommateur conserve la cote R1 au dossier de crédit, ce qui renforce l'illusion de saine gestion des dettes.

Dans ces circonstances, l'augmentation du paiement minimum obligatoire par période s'avère une mesure essentielle. Cependant, étant donné les répercussions importantes de cette mesure pour un grand nombre de consommateurs au Québec, nous sommes d'accord qu'elle soit mise en œuvre progressivement. Une période de transition, qui permettrait à la fois de diffuser l'information pertinente et d'augmenter graduellement le pourcentage du paiement minimum, s'avérera manifestement nécessaire pour donner l'occasion aux consommateurs de s'adapter aux changements.

Conscient du fardeau dans leur budget que représente une augmentation du paiement minimum pour les consommateurs, nous recommandons que l'augmentation soit faite de manière plus progressive, idéalement de 0.5 % par an au lieu de 1 % par an.

La CACQ supporte l'ajout de l'article 126.1, mais recommande que le taux d'augmentation, prévu à 1 % par an par l'article 91 du Projet de Loi 24, soit réduit à 0.5 % par an.

### **Article 37 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 128 – Augmentation de la limite de crédit**

La modification proposée consacre un fait déjà reconnu en jurisprudence.<sup>3</sup>

La CACQ est d'accord avec la modification proposée

### **Article 67 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 223.1 – Clarté publicitaire**

Cette nouvelle disposition est essentielle pour assurer que l'information devant obligatoirement être incluse dans un message publicitaire le soit de façon à ce que le consommateur puisse en prendre connaissance en même temps que le reste du message et avec autant de facilité.

Il suffit de feuilleter un quotidien pour lire une publicité contenant de l'information essentielle sur les limites et clauses importantes du contrat proposé écrites en micro caractères et contenant une quantité impressionnante de renvoi par

<sup>3</sup> *Confédération des Caisses populaires et d'économie Desjardins du Québec c. Thélémaque*, [1986] R.J.Q. 2341 (C.P.), *Banque Nationale du Canada c. Kaziberdov*, EYB 2007-118408 (C.Q.), *Gravino c. Banque de Montréal*, REJB 1999-11544 (C.S.)

astérisques. Les commerçants utilisent couramment cette méthode pour fournir l'information obligatoire leur étant moins favorable, sachant très bien que seule une minorité infime de consommateurs les liront et les comprendrons, généralement à l'aide d'une loupe.

Il est essentiel que les termes : clair, compréhensible et lisible soient balisés selon le type de média utilisé pour transmettre le message. Par exemple, un texte peut être clair, lisible et compréhensible sur papier, mais il est impossible de le lire s'il n'apparaît que quelques secondes lors d'une annonce télé. Dans le même ordre d'idée, un texte lisible en HD sur un écran plasma l'est beaucoup moins sur un écran cathodique.

De plus, une mauvaise traduction peut rendre un message incompréhensible.

La CACQ appuie l'ajout de l'article 223.1.
--

#### **Article 74 du Projet de Loi 24 modifiant l'article 245.1 – Sollicitation sur le crédit**

Depuis plusieurs années la CACQ revendique une interdiction de la sollicitation et de la publicité sur le crédit. Conscient que cette mesure semble radicale, nous continuons à la défendre, vu les conséquences néfastes pour les consommateurs. D'ailleurs, selon un sondage mené entre septembre et octobre 2007 auprès de 1 021 Québécois (marge d'erreur de 3,1 %, 19 fois sur 20), 72.4 % des Québécois seraient en accord avec une interdiction de la sollicitation des consommateurs par courrier et par téléphone et de la publicité en matière de crédit.

La décision quant à la conclusion d'un contrat de crédit devrait se faire suite à une réflexion approfondie du consommateur sur ses besoins ainsi que sur sa capacité de rembourser l'emprunt consenti. Dans notre étude « *Les offres de crédit postales - Entre le rêve et la réalité, » 2010*, nous avons constaté que les émetteurs de crédit emploient diverses pratiques qui – au contraire – mettent l'accent sur les émotions et l'impulsivité des consommateurs. Ils présentent le crédit comme un moyen direct d'accès au plaisir, à un statut social ou comme une récompense méritée. Selon BONNEFONT, Annie, Magali Giraud, *Réflexion sur le lien entre achat impulsif et modèles de communication*, Conférence, Université Toulouse I, 2002, ce type de discours aurait pour rôle de favoriser les achats impulsifs en les rationalisant ou même en les légitimant.

Quelques exemples :

- Répondre les besoins et désirs du consommateur ou les aviver est une technique observée dans 62% des offres. On propose au consommateur de satisfaire son désir de prendre des vacances, de voyager ou d'entreprendre des rénovations domiciliaires. On fait aussi appel aux besoins de base en suggérant de payer le loyer, l'épicerie, les comptes d'électricité ou la facture du dentiste

avec le produit offert; on propose de résoudre certains problèmes comme rembourser un prêt-auto ou une autre dette ou de remplacer un gros appareil électroménager.

- Dans 88% des offres étudiées, on remarque la signature d'un haut dirigeant pour favoriser un sentiment d'importance chez le consommateur et le mettre en confiance.
- Dans 29% des cas, le discours fait référence au besoin d'appartenance à un groupe en signifiant que l'offre est réservée exclusivement aux clients de la compagnie émettrice.
- 20% des offres misent sur des aspects liés à la réussite sociale et personnelle en écrivant que le consommateur est un excellent client, qu'il fait partie de l'élite ou qu'il a été sélectionné en raison de son excellente fiche de crédit.
- Dans 21% des offres étudiées, le discours mise sur des périodes de l'année jugées critiques au plan des dépenses du consommateur telles que la période de la rentrée scolaire et le temps des fêtes de fin d'année.
- L'accent est mis sur des programmes de récompense (44% des offres) tels qu'Air Miles et Aéroplan pour attirer et fidéliser le consommateur. Un adhérent de ces programmes pourra être plus intéressé à accepter l'offre qui lui est faite afin d'augmenter l'accumulation de points. De plus, il pourrait avoir tendance à utiliser davantage le produit de crédit qui lui permet d'accumuler des points et aussi de faire plus d'achats.<sup>4</sup>

D'autres types de sollicitations se font dans ou devant des magasins ou dans des lieux publics. Les étudiants se font même sollicités à l'intérieur de leurs institutions scolaires (*voir section « L'endettement des jeunes » pp. 26-27*) À Montréal, il arrive fréquemment de voir des kiosques de sollicitation sur le quai des métros, ne favorisant pas davantage une réflexion à tête reposée.

De plus, il est fréquent pour ce genre de sollicitation que l'on ne mentionne même pas au consommateur qu'on lui offre une carte de crédit. Le solliciteur mettra surtout en valeur une carte privilège, un rabais avec le premier achat ou un cadeau. Souvent, il évitera de parler de « carte de crédit ». Certains solliciteurs vont jusqu'à remplir les formulaires de façon trompeuse en faussant les données relatives au salaire du consommateur.<sup>5</sup>

La difficulté majeure que nous observons face à la sollicitation pour le crédit est que leurs messages renforcent plusieurs illusions s'y rattachent : plus grand pouvoir d'achat, statut social, liberté. C'est seulement quand les gens sont endettés et insolubles qu'ils prennent véritablement conscience des effets néfastes du crédit. La prévention demeure donc une alternative indispensable compte tenu de la relation nuisible qui peut être entretenue avec le crédit.

---

<sup>4</sup> Coalition des associations de consommateur du Québec *Les offres de crédit postales - Entre le rêve et la réalité*, » Rapport final du projet de recherche présenté au Bureau de la consommation d'Industrie Canada, 2010

<sup>5</sup> «Du crédit sous pression», Le Journal de Montréal, lundi 4 février 2008

C'est dans cette perspective que nous intervenons auprès du gouvernement du Québec pour que soient interdites la sollicitation et la publicité sur le crédit afin d'en limiter l'accès trop facile. Il s'agit ici des sollicitations, par la poste, par téléphone, par courriel, en personne ou autre. Étant donné les effets sociaux très néfastes de la sollicitation sur le crédit, une telle interdiction est pleinement justifiable dans le cadre d'une société libre et démocratique au sens de l'article 1 de la *Charte canadienne des droits et libertés*.

La CACQ propose la modification de l'article 245.1 qui se lirait comme suit :

245.1. Nul ne peut faire parvenir à un consommateur qui n'en a pas fait la demande tout document relatif à un crédit offert, incluant notamment un formulaire de demande de carte de crédit, un contrat de crédit, une publicité sur le crédit.

Minimalement les mesures suivantes doivent être incluses à la *Loi sur la protection du consommateur* :

- Interdire toute sollicitation sur les campus collégiaux et universitaires
- Exiger du solliciteur qui remplit pour le consommateur un formulaire de demande de carte de crédit de donner une copie du formulaire complété et d'indiquer clairement qu'il s'agit d'une offre de crédit.
- Interdire la sollicitation personnalisée (comportant le prénom et/ou le nom du consommateur)
- Inclure, dans toutes les sollicitations sur le crédit, un avertissement mentionnant qu'il s'agit d'une offre publicitaire et que le dossier de crédit du consommateur n'a pas été analysé avant l'envoi de l'offre. Cet avertissement devrait être inscrit de manière évidente dans un encadré. (Exemple : *Ceci est une offre publicitaire. Votre dossier de crédit et votre capacité de remboursement n'ont pas été évalués avant de vous faire parvenir cette offre*)
- Exiger que toutes les sollicitations et les publicités sur le crédit contiennent un avertissement sur les risques de surendettement liés à un usage non planifié des cartes de crédit. Cet avertissement devrait être inscrit de manière évidente dans un encadré (Exemple : *L'utilisation non planifiée des cartes de crédit peut mener à des problèmes d'endettement*)

## **Articles 72, 73, 76, 78 et 79 du Projet de Loi 24 modifiant les articles 244, 245, 246, 247 et ajoutant l'article 247.2 – Publicité sur le crédit**

À défaut de l'interdiction totale de faire de la publicité sur le crédit que nous exigeons depuis plusieurs années, les modifications concernant la publicité de crédit seraient envisageables si un système adéquat était mis en place et que tout manquement était sévèrement sanctionné.

Or, les modifications que le Projet de Loi 24 propose d'apporter aux articles 244 et 245 de la LPC ne contribueront pas à lutter contre le surendettement.

L'article 244 serait remplacé par une disposition ne traitant pas du même type de publicité. En effet, la version actuelle couvre les messages portant sur un bien ou un service tandis que la nouvelle version vise plutôt les messages portant sur le crédit. On abolit ainsi toute interdiction de faire la promotion du crédit dans un message publicitaire concernant un bien ou un service.

La nouvelle version proposée par l'article 72 du Projet de Loi, pourrait être insérée à la suite de l'article 244 actuel qui demeurerait inchangé. La reformulation du libellé de la nouvelle disposition serait utile pour en élargir la portée qui pourrait inclure toutes représentations fausses ou trompeuses concernant spécifiquement le crédit.

Quant à l'article 245, il porte sur la publicité concernant le crédit. Dans ce cas, le commerçant ne peut inciter un consommateur à se procurer des biens ou des services au moyen du crédit, ou même simplement illustrer un bien ou un service. Le Projet de Loi 24 conserve cette disposition, mais abolit l'interdiction d'illustrer un bien ou un service dans une publicité sur le crédit. La publicité ayant pour but ultime l'incitation d'un public cible, l'illustration d'un bien ou d'un service ET d'une forme de paiement dans un même message publicitaire, ne peut qu'inciter le récepteur à utiliser le mode de paiement annoncé pour l'achat du bien ou du service illustré.

Ces deux normes de la LPC à l'égard de la publicité (articles 244 et 245) se révèlent manifestement difficiles d'application. Plusieurs commerçants continuent de promouvoir de diverses façons le crédit et inciter le consommateur à se procurer des biens ou des services en y ayant recours. Pensons notamment aux publicités sur les cartes de crédit qui, directement ou indirectement, font étalage du pouvoir d'achat qu'elles confèrent. On voit fréquemment des publicités sur des biens ou des services qui contreviennent ouvertement à ces dispositions, en vantant avec maints détails le crédit offert et utilisant des expressions telles que « deuxième chance au crédit » ou « aucun crédit refusé ». De même, beaucoup de messages publicitaires sur le crédit illustrent des biens ou des services d'une façon

ou d'une autre. La jurisprudence mettant en œuvre ces normes demeure d'ailleurs rarissime.

Cependant, dans le cadre de la lutte contre le surendettement des consommateurs, rien ne justifie l'abandon de ces normes. Au contraire, c'est plutôt l'indice qu'il faut s'assurer de prendre les moyens de les mettre en œuvre, et non pas simplement les abroger.

Les autres modifications apportées en matière de publicité (articles 246, 247, 247.2) nous apparaissent bien fondées. L'élargissement de l'article 247, qui excluait les publicités traitant uniquement du taux de crédit, élimine une incongruité de la LPC. L'encadrement des périodes sans intérêt est aussi une innovation qui contribuera à mieux informer les consommateurs.

La CACQ s'oppose à la modification de l'article 244 qui équivaut à son abrogation.

La CACQ propose que la nouvelle disposition prévue à l'article 72 du Projet de Loi 24 soit insérée à la suite de l'article 244 actuel et se lise :

« 244.1 Nul ne peut, à l'occasion d'un message publicitaire concernant le crédit, faire par quelque moyen que ce soit à un consommateur une représentation fausse ou trompeuse.

Est réputée fausse ou trompeuse, toute représentation selon laquelle le crédit peut améliorer sa situation financière ou résoudre ses problèmes d'endettement. »

La CACQ s'oppose à l'article 73 du Projet de Loi 24 limitant la portée de l'article 245.

La CACQ supporte les modifications et ajouts prévus aux articles 76, 78 et 79 du Projet de Loi 24.

### **Article 75 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 245.2 – Interdiction d'offrir une prime pour inciter le consommateur à remplir une demande de crédit**

Il est courant de voir un kiosque installé à l'entrée d'un commerce ou sur les campus collégiaux ou universitaires où sont offerts des biens (stylos, tasses, sacs réutilisables, etc.) ou des escomptes (rabais de 50 \$ lors de la première utilisation) pour inciter les consommateurs à faire une demande de crédit.

Cette pratique a pour effet d'encourager le consommateur à se procurer du crédit dont il n'a pas besoin pour obtenir la prime ou encore d'utiliser le crédit nouvellement acquis pour acheter plus.

Pour limiter les risques de mauvaise interprétation, le nouvel article devrait inclure une référence à la définition de « prime » du 2<sup>e</sup> alinéa de l'article 232 ou plus simplement par l'ajout de cette définition à l'article 1.

La CACQ est en accord avec l'ajout de l'article 245.2.

La CACQ propose de remplacer l'expression « demander une carte de crédit » par « compléter une demande de crédit » du même article.

La CACQ propose que la définition de « prime » se trouvant au 2<sup>e</sup> alinéa de l'article 232 LPC soit incluse à l'article 1 LPC.

### **Article 75 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 245.3 – Interdiction partielle de contracter avec des mineurs non émancipés.**

Nous appuyons cet article, toutefois nous croyons que le changement proposé est insuffisant vu l'ampleur de la problématique de l'endettement des jeunes (voir section « L'endettement des jeunes », p. 26ss).

Nous reconnaissons que cette nouvelle disposition demeure acceptable et accorde une protection supplémentaire, aussi infime soit-elle, au consommateur

La CACQ supporte l'ajout de l'article 245.3

### **Article 80 du Projet de Loi 24 ajoutant l'article 251.1 – Encadrement des sommes retenues sur une carte de crédit**

La pratique consistant à effectuer une retenue sur le solde du consommateur pour certaines transactions est de plus en plus répandue. L'ajout d'une obligation d'information préalable à une telle retenue est la bienvenue, permettant entre autres au consommateur de connaître le montant qui sera retenu sur sa carte de crédit. Ce montant doit être raisonnable en fonction notamment du montant de la transaction et/ou de la valeur de remplacement du bien loué, car bien que cette somme soit créditée par la suite, le consommateur en est privé pendant un certain temps ce qui peut lui être préjudiciable si le montant retenu est exagéré.

La CACQ supporte l'ajout de l'article 251.1, mais propose l'ajout d'un 2<sup>e</sup> alinéa (ou d'une disposition réglementaire) établissant les critères limitant le montant pouvant être retenu.

## Les grandes omissions

En plus de la publicité et de la sollicitation concernant le crédit qui nous préoccupe et dont nous demandons un meilleur encadrement, nous suggérons d'aussi considérer les protections suivantes : l'endettement des jeunes, le taux de crédit maximal et l'assurance solde.

### L'endettement des jeunes

Les résultats de plusieurs études démontrent que les jeunes ont peu de connaissances en matière de finances personnelles<sup>6</sup>. L'accès facile aux cartes de crédit leur permet une consommation instantanée. Les jeunes ont toujours été une clientèle à risque pour ce qui est du crédit. Le fait qu'ils soient littéralement bombardés de publicités les conduit vers un monde de surconsommation. Plus particulièrement, ils sont poussés à acheter à crédit sans en connaître les vraies conséquences.

Quelques statistiques :

- Plus de 43 % des jeunes Québécois ignorent que lorsqu'on utilise une carte de crédit pour obtenir une avance de fonds, des intérêts sont automatiquement chargés à partir du jour du retrait<sup>7</sup> ;
- 44 % des jeunes Québécois ignorent que lorsque nous avons une carte de crédit avec notre conjoint qui en est le détenteur principal, nous sommes tenus entièrement responsables de payer le compte à sa place, s'il ne la paye pas<sup>8</sup> ;
- 67 % des jeunes ignorent qu'endosser quelqu'un réduit notre capacité d'emprunt ou de crédit, même si cette personne fait ses paiements correctement<sup>9</sup> ;

Les sollicitations et les publicités sur le crédit attirent les jeunes, car ils associent le crédit à une façon de vivre, un style de vie : le prestige, les loisirs, l'enthousiasme, la vitalité, le risque ou l'audace. Selon Marie Lachance, « Les jeunes grandissent

---

<sup>6</sup> LACHANCE, Marie J., Pierre BEAUDOIN, Jean ROBITAILLE, « Les jeunes adultes québécois et le crédit », Enfances, Université Laval, 2005

<sup>7</sup> Idem

<sup>8</sup> Idem

<sup>9</sup> Idem

dans une société où le crédit est omniprésent. Leurs propres parents sont plus endettés que jamais ! »<sup>10</sup>

Dans le but de les fidéliser, les émetteurs de crédit sollicitent fortement les jeunes, même dans les institutions scolaires. Beaucoup d'entre eux se procurent d'ailleurs leur première carte de crédit sur le campus de leur Cégep ou de l'université, et ce à une période où la plupart portent déjà le fardeau de leur prêt étudiant et n'ont qu'un très faible revenu.

Il est important de noter que la direction de la faculté de médecine de l'Université Laval, en accord avec le Regroupement des étudiants en médecine, a interdit la sollicitation sur le crédit depuis la rentrée 2011. Deux autres facultés emboîteront le pas.<sup>11</sup>

Les Cégeps ne font pas exception à ce mouvement, la direction des Cégep de St-Laurent et de Sherbrooke ont aussi interdit la publicité dans l'agenda, les kiosques de sollicitation sur les terrains du Cégep et toute forme de sollicitation des étudiants.<sup>12</sup>

Aux États-Unis, le *Credit Card Act of 2009* prévoit des mesures pour empêcher les émetteurs de solliciter les étudiants à l'intérieur et aux abords des institutions d'enseignement, ainsi qu'à un événement commandité par l'institution.

Les nouveaux utilisateurs du crédit sont en fait un groupe qui comporte un risque élevé d'endettement. Une étude démontre que la carte de crédit représente une incitation à l'endettement chez les jeunes. Selon cette étude, « les étudiants qui possèdent une carte de crédit sont plus susceptibles de s'endetter que les étudiants qui n'en possèdent pas. [...] les titulaires sont toujours plus nombreux à avoir des dettes et le montant de ces dettes est constamment plus élevé que chez les non titulaires »<sup>13</sup>.

En fait, nous aurions souhaité des mesures pour encadrer davantage les nouveaux utilisateurs de carte de crédit :

- Appliquer une limite de 500 \$ pour la première année
- Remise obligatoire d'un document rédigé en langage clair et accessible pour expliquer le fonctionnement des cartes de crédit
- Interdiction de la sollicitation sur les campus des institutions scolaires.

<sup>10</sup> Idem

<sup>11</sup> ALLARD, Marc, *Sollicitation interrompue*, Le Soleil, 13 septembre 2011

<sup>12</sup> GRAMMOND, Stéphanie, *La pub sur les campus : ça tue!*, La Presse 3 septembre 2011

## **Taux de crédit maximal**

Dans notre pratique, nous voyons régulièrement des consommateurs ayant signé des contrats de crédit avec des taux de crédit très élevés. Dans une situation d'urgence et de détresse financière, ils n'ont souvent pas d'accès à d'autres formes de crédit créant ainsi une spirale d'endettement.

Malheureusement, le gouvernement provincial ne peut édicter de lois à l'égard d'un taux d'intérêt usuraire comme le font les états américains, car au Canada la fixation des taux d'intérêt et le droit criminel relèvent du palier fédéral<sup>14</sup>. Cependant, la loi québécoise permet de réduire un taux de crédit excessif lorsque le tribunal estime que ce taux constitue une lésion pour le consommateur, c'est-à-dire que la disproportion des prestations respectives des parties est tellement importante qu'elle équivaut à de l'exploitation (lésion objective) ou que l'obligation du consommateur est excessive eu égard à sa situation personnelle (lésion subjective)<sup>15</sup>.

La jurisprudence a accepté à plusieurs reprises de réduire les obligations d'un consommateur en vertu de la lésion<sup>16</sup>. Plus spécifiquement en matière de crédit, les obligations de certains consommateurs ont été réduites dans divers cas où les taux étaient évalués comme étant déraisonnables, entraînant une disproportion telle entre les prestations des parties qu'il y avait lésion<sup>17</sup>.

Toutefois, faire reconnaître la lésion n'est pas toujours facile, même si le consommateur se trouve face à un taux de crédit élevé. Un consommateur ayant accepté ce contrat de crédit n'est que rarement dans une situation où il a les moyens de contester un taux lésionnaire devant les tribunaux.

Une première solution tiendrait dans l'établissement d'une présomption simple qu'un taux de crédit dépassant un certain seuil est lésionnaire. Cela voudrait dire qu'à partir du moment où le taux de crédit dépasserait un certain pourcentage, ce taux serait automatiquement considéré par la loi comme lésionnaire. Ce serait donc au commerçant qui imposerait un taux supérieur de se disculper en prouvant que ce taux n'est pas lésionnaire, en faisant valoir notamment son taux de profit et les risques qu'il encourt

La CACQ propose l'établissement d'une présomption simple qu'un taux de crédit dépassant un certain seuil est lésionnaire
--

<sup>13</sup> Union des consommateurs, *Cartes de crédit et les jeunes : une combinaison fatale?* Rapport final du projet de recherche présenté au Bureau de la consommation d'Industrie Canada, 2005

<sup>14</sup> *LC 1867*, art. 91 (19) et (27)

<sup>15</sup> *LPC*, art. 8 et 9; *CCQ*, art. 1406 et 1437

<sup>16</sup> *Gareau Auto inc. c. Banque canadienne impériale de commerce*, [1989] R.J.Q. 1091 (C.A.)

## **Assurance solde**

Dans notre pratique, nous rencontrons régulièrement des consommateurs qui ne constatent que dans le bureau d'une association de consommateurs, qu'ils ont conclu une assurance solde avec leur carte de crédit et qu'ils en paient des primes tous les mois. Ainsi, ils n'ont jamais non plus pris connaissance des détails de la police.

Une assurance solde se veut une protection en cas de décès, de maladie grave ou de perte d'emploi, par exemple. Dans ces situations, l'assurance couvre généralement les paiements minimums. Toutefois, les primes de ces assurances coûtent cher aux consommateurs. Ces primes sont calculées en fonction du solde à la date du relevé. Selon l'Agence de consommation en matière financière du Canada (ACFC), le coût de la prime varie selon les institutions financières de 0,29 \$ à 1,49 \$ par tranche de 100 \$. Ainsi, si la prime est de 1 \$ par tranche de 100 \$, et que le solde est de 1000 \$, il coûtera 10 \$ par mois, soit 120 \$ par an.<sup>18</sup>

Non seulement l'assurance solde coûte cher au consommateur, mais en analysant les clauses du contrat, nous constatons souvent de multiples clauses d'exclusion limitant la couverture. Certains consommateurs payent les primes pour une assurance dont les critères les excluent *de facto* : des personnes à la retraite ou des prestataires d'aide sociale qui paient pour une assurance qui les protège contre la perte d'emploi, par exemple.

La CACQ propose que le Législateur encadre spécifiquement les normes en matière d'assurance solde de façon à offrir au consommateur une meilleure information sur le contrat qui lui est proposé plus particulièrement :

- que le consentement donné par le consommateur soit éclairé;
- qu'il soit informé de la portée du contrat qui lui est offert;
- que les primes payées pour une couverture inutile soient remboursables.

---

<sup>17</sup> *Altman c. Bernard*, [1991] R.J.Q. 2074 (C.Q.); *Perlis c. Audette*, [1990] Montréal, n° 500-02-039516-872 (C.Q.); voir aussi l'étude de la jurisprudence dans *Riendeau c. Compagnie de la Baie d'Hudson*, [2004] Laval, n° 540-06-000003-006, p. 31

<sup>18</sup> <http://www.fcac-acfc.gc.ca>, site web de l'Agence de consommation en matière financière du Canada.

## Conclusion

En conclusion, le taux d'endettement des Canadiens, actuellement de 150%<sup>19</sup>, ne cesse d'augmenter. Le consommateur est mal protégé dans le domaine du crédit et celui-ci est devenu banalisé. Nous appuyons donc l'adoption de ce Projet de Loi et nous souhaitons même qu'il aille encore plus loin concernant certaines protections. Dans nos organismes les conseillers rencontrent tous les jours, dans leur travail, des consommateurs aux prises avec les problèmes qu'engendre le surendettement. Celui-ci entraîne des problèmes qui touchent leur qualité de vie : difficultés familiales, problèmes de santé physique et mentale, exclusion sociale, restrictions dans le budget et même la faillite.

Les fournisseurs de crédit se prêtent à des pratiques commerciales qui n'aident pas les utilisateurs du crédit : par exemple la baisse du remboursement mensuel, l'augmentation des limites de crédit sans que le consommateur en fasse la demande ou encore sans que l'on vérifie sa capacité financière, la publicité et sollicitation agressive et parfois douteuse et que dire du coût faramineux des intérêts.

La Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ) demandait depuis longtemps des modifications à la loi concernant le crédit. En novembre prochain, la Coalition en sera à sa huitième campagne « Dans la marge jusqu'au cou » sur la sensibilisation au crédit et à l'endettement. À l'occasion de la campagne, d'année en année, nous réitérons notre demande au Ministre de la Justice d'interdire la publicité et la sollicitation concernant le crédit.

Avec le grand nombre de fournisseurs de crédit et l'abondance du marketing concernant celui-ci, il y a un déséquilibre entre le consommateur et les entreprises de crédit. C'est pourquoi, dans une perspective de protection accrue des consommateurs, nous vous invitons, Monsieur le Ministre, à renforcer l'encadrement de cette pratique.

Certaines personnes sont plus vulnérables concernant le crédit : les jeunes adultes, les aînés, les immigrants et les travailleurs à faible revenu. L'État doit donc légiférer pour assainir le marché du crédit.

Bien qu'il contienne de très bonnes innovations, ce projet de Loi comporte quand même certaines lacunes, notamment en matière de publicité et sollicitation sur le crédit et d'endettement chez les jeunes. Le projet de Loi 24 est tout de même nécessaire et s'impose pour la protection du citoyen-consommateur québécois.

---

<sup>19</sup> Institut Vanier de la Famille 2010

## Annexes

### Annexe 1

#### Liste des membres de la CACQ

Association coopérative d'économie familiale de l'Outaouais  
Association coopérative d'économie familiale de Québec  
Association coopérative d'économie familiale des Basses-Laurentides  
Association coopérative d'économie familiale des Bois-Francs  
Association coopérative d'économie familiale du Haut St-Laurent  
Association coopérative d'économie familiale du Sud-Ouest de Montréal  
Association coopérative d'économie familiale Rimouski-Neigette et Mitis  
Association coopérative d'économie familiale Rive-Sud de Montréal  
Association pour la protection des intérêts des consommateurs de la Côte-Nord  
Centre d'information et de recherche en consommation de Baie-St-Paul  
Centre de recherche et d'information en consommation de Port-Cartier  
Fonds communautaire des Chenaux  
Groupe de recherche en animation et planification économique du Québec  
Service alimentaire et aide budgétaire de Charlevoix-Est  
Service budgétaire du Lac-St-Jean-Est  
Service budgétaire communautaire de Chicoutimi  
Service budgétaire communautaire de Jonquière  
Service budgétaire populaire de La Baie et du Bas Saguenay  
Service budgétaire populaire des Sources  
Service budgétaire populaire de St-Félicien  
Solution Budget Plus

## Annexe 2

### Commentaires de consommateur

#### Autocollant « Non à la sollicitation sur le crédit! »



C'est lors de sa campagne annuelle de sensibilisation au crédit et à l'endettement de 2006 que la Coalition des associations de consommateurs du Québec demande au gouvernement d'interdire la sollicitation et la publicité sur le crédit. Pour appuyer cette revendication, elle produit l'autocollant « Non! À la sollicitation et à la publicité sur le crédit! », qui permet aux consommateurs de protester directement auprès des compagnies émettrices de crédit. Depuis, plus de 450 000 autocollants ont été produits et ils sont toujours aussi populaires. Voici quelques commentaires reçus de la part de consommateurs :

- ☆ *Bonjour, J'aimerais savoir s'il serait possible de recevoir des autocollants à apposer sur les formulaires d'offre de carte de crédit. J'ai utilisé toutes celles déjà en ma possession et je les trouve très utiles. Merci pour tout ce que vous faites pour nous.*
- ☆ *Bonjour, Je fais partie de ceux qui reçoivent au bas mot 1 ou 2 offres de cartes de crédit par mois... Depuis déjà 1 an, j'ai pris l'habitude de déchirer les papiers publicitaires (en prenant soin d'enlever les parties avec mon nom imprimant dessus) et de les renvoyer dans les enveloppes préaffranchies...J'aimerais bcp mettre la main sur une pile d'autocollants comme vous présentez sur votre site. J'en remettrais aussi à certains de mes amis qui sont dans des situations analogues...*
- ☆ *PROTESTONS CONTRE LES SOLLICITATIONS ET LES PUBLICIÉS SUR LE CRÉDIT Je veux retourner les formulaires d'offre de crédit directement à la compagnie en utilisant les enveloppes préaffranchies. J'aime beaucoup ce geste concret qui dénonce la sollicitation et la publicité sur le crédit qui nous mènent nous et de plus en plus nos jeunes à l'endettement. Merci pour vos idées. Elles sont très appréciées.*
- ☆ *Je désire recevoir des autocollants gratuits "Non à la sollicitation et à la publicité sur le crédit. C'est via mon travail que j'ai vu votre publicité. Félicitations! C'est terrible le nombre de courrier que je reçois à la maison. merci. En passant, et en plus d'utiliser vos autocollants, c'est à la télé que J'ai entendu cela qu'il y avait un site internet que nous pouvons inscrire nos coordonnées et ça nous enlève des listes d'envoi de marketing et un autre des listes de rappel téléphonique et ce gratuitement. Avez-vous idée de ces sites? Merci beaucoup d'une personne éçœurée de se faire solliciter et un peu endettée.....*

- ☆ *Je désire recevoir des autocollants "Non à la sollicitation et à la publicité sur le crédit. Je suis le professeur d'économie à la polyvalente Abénaquis de Saint-Prosper et je vais faire une activité sur le crédit et l'endettement avec une représentante de la caisse de la paroisse. J'ai près de 100 jeunes et j'aimerais que les autocollants soient disponibles pour les jeunes et le personnel. Merci de votre collaboration.*
  
- ☆ *Bravo pour cette initiative! J'ai déjà une enveloppe qui attend...*
  
- ☆ *J'aimerais recevoir des autocollants NON A LA SOLLICITATION sur le credit...J'ai déjà pris l'habitude de retourner les enveloppes Vides aux solliciteurs mais je nai pas d'autocollant. Merci*
  
- ☆ *Bonjour, J'aimerais bien recevoir une douzaine d'autocollants gratuits. Moi aussi j'en ai ras-le-bol des offres de crédit agressives que je reçois régulièrement...Merci de votre travail et de votre attention.*
  
- ☆ *Je suis extrêmement sollicité! Je n'aurai pas trop de cette quantité d'autocollants! Merci à l'avance!*
  
- ☆ *Bonjour, J'aimerais recevoir des autocollants svp. J'ai épuisé la banque que j'avais en main. Je compte bien en donner à des amis alors j'aimerais en recevoir une grande quantité. Merci !*
  
- ☆ *Quelle merveilleuse idée!!! Je vous en prie, faites moi parvenir ces autocollants. Je connais d'ailleurs des amis qui seraient ravis de pouvoir les partager avec moi. Je crois que ces sollicitations postales sont d'autant plus fréquentées que l'herbe a été coupée sous les pieds des gens de télémarketing depuis la mise en fonction des listes des télécommunications exclues.*
  
- ☆ *Bonjour, Je viens de lire l'article nous informant sur la possibilité d'apposer un autocollant aux multiples offres de crédit que nous recevons. Bravo! Je suis tellement lassée de recevoir ces offres que c'est bien volontiers que je leur répondrai avec l'autocollant en question. Merci.*
  
- ☆ *Bonjour, Je désirerais obtenir des autocollants pour répondre aux offres harassantes des compagnies de crédit.*
  
- ☆ *Bonjour! J'aime bien votre idée de renvoyer les enveloppes préaffranchies aux institutions financières.*
  
- ☆ *Bonjour, Voilà, j'aimerais recevoir des autocollants « NON! À la sollicitation et à la publicité sur le crédit! » J'en ferai distribution à mes collègues de bureau et mon entourage immédiat.*





Récipiendaire du prix 2009 de l'Office de la protection du consommateur pour la campagne de sensibilisation au crédit et à l'endettement "Dans la marge jusqu'au cou!"

**Associations membres :**

ACEF de la Péninsule  
ACEF de l'Outaouais  
ACEF de Québec  
ACEF des Basses-Laurentides  
ACEF des Bois-Francs  
ACEF du Haut-St-Laurent  
ACEF du Sud-Ouest de Montréal  
ACEF Rimouski-Neigette et Mitis  
ACEF Rive-Sud de Montréal  
APIC Côte-Nord  
CRIC de Port-Cartier  
CIRCCO  
Fonds communautaire des Chenaux  
GRAPE  
SAAB de Charlevoix-Est  
SBC Lac-Saint-Jean-Est  
SBC de Chicoutimi  
SBC de Jonquières  
SBP de La Baie/Bas Saguenay  
SBP SBP des Sources  
SBP de Saint-Félicien  
Solutions Budget Plus

Montréal, le 21 octobre 2011

Madame Nancy Ford  
Coordonnatrice des travaux  
Secrétaire de la Commission des relations avec les citoyens  
Direction du secrétariat des commissions 1035,  
Rue des Parlementaires  
3<sup>e</sup> étage, bureau 3.24  
Québec (Québec) G1A 1A3

**Objet : Dépôt du mémoire de la CACQ concernant le Projet de Loi 24, Loi visant principalement à lutter contre le surendettement des consommateurs et à moderniser les règles relatives au crédit de la consommation**

Madame Ford,

La Coalition des associations de consommateurs du Québec (CACQ) regroupe 22 associations de consommateurs réparties dans les différentes régions du Québec. Nous vous transmettons notre mémoire qui sera l'objet de discussions et d'échanges lors de notre audition devant les membres de la Commission des relations avec les citoyens le mardi 25 octobre.

Dans son ensemble, la CACQ est favorable au Projet de Loi 24. En effet, c'est depuis le début des travaux sur la modernisation de la *Loi sur la protection du consommateur*, que la CACQ a fait pression pour inclure des mesures afin d'encadrer davantage le crédit. C'est donc avec satisfaction et soulagement que nous accueillons ce nouveau Projet de Loi présenté par le Ministre de la Justice.

Nous considérons que plusieurs des mesures proposées contribueront à combattre le surendettement des consommateurs. Nous tenons à souligner particulièrement l'instauration d'un seuil de 5 % pour le paiement minimum par période sur le solde d'une carte de crédit. Cette mesure évitera aux consommateurs de déboursier des frais de crédit pendant de longues périodes.

La vérification de la capacité de rembourser le crédit octroyé répond aussi à nos demandes en matière de lutte contre le surendettement. Beaucoup de gens se retrouvent surendettés après avoir contracté des emprunts trop importants par rapport à leur revenu. En contraignant l'émetteur de crédit à prendre en considération la situation financière de l'emprunteur préalablement à la conclusion d'un contrat de crédit, on aide à prévenir ce genre de situations.

Il est vrai toutefois que les associations de la CACQ auraient souhaité que ce Projet de Loi aille encore plus loin. Nous déplorons notamment l'absence de mesures par rapport à plusieurs problématiques urgentes.

D'après nous, les lacunes les plus importantes sont le manque d'encadrement de la sollicitation et de la publicité sur le crédit. C'est que les pratiques employées dans ces secteurs favorisent l'impulsivité des consommateurs, facilitent l'accès au crédit et incitent les consommateurs à s'endetter davantage. D'autant plus que les informations sur le fonctionnement du crédit ne sont pas claires, sont très difficiles à lire et à comprendre et ne sont pas toujours transmises. Par conséquent, les consommateurs s'engagent sans vraiment comprendre le fonctionnement et les coûts associés au crédit.

Nous regrettons également l'absence de mesures pour accroître la protection des jeunes. Fortement sollicités dans les cégeps et les universités pour se procurer des cartes de crédit, ils sont particulièrement vulnérables en cette matière en raison notamment de leur manque de compréhension du fonctionnement du crédit.

Néanmoins, la Coalition des associations de consommateurs du Québec estime que le Projet de Loi 24 constitue une étape importante de la modernisation de la LPC. Nous demandons aux membres de l'Assemblée nationale de l'appuyer et de faire en sorte qu'il puisse être adopté.

Veillez agréer, Madame Ford, nos salutations distinguées.



Andrée Grégoire  
Coordonnatrice  
Pour le comité déréglementation de la CACQ