



Le point de vue des Canadiens sur l'harmonisation des normes de protection du consommateur

RAPPORT DE RECHERCHE

Rapport réalisé par Option consommateurs
et présenté au Bureau de la consommation d'Industrie Canada

Juin 2015

Option consommateurs a reçu un financement en vertu du programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Industrie Canada. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du gouvernement du Canada.

La reproduction de ce rapport, tout ou parties, est autorisée, à condition que la source soit mentionnée. Sa reproduction ou toute allusion à son contenu à des fins publicitaires ou lucratives sont toutefois strictement interdites.

Rédigé par : Annik Bélanger-Krams

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISBN 978-2-89716-026-5

Option consommateurs
50, rue Ste-Catherine Ouest, Bureau 440
Montréal (Québec)
H2X 3V4
Téléphone : 514 598-7288
Télécopieur : 514 598-8511

Adresse électronique : info@option-consommateurs.org
Site Internet : www.option-consommateurs.org

Table des matières

Option consommateurs.....	v
Remerciements.....	vi
Résumé.....	viii
Introduction.....	10
1. Le commerce électronique.....	14
1.1 Les problèmes identifiés par les experts	14
1.2. Les accords d'harmonisation	15
1.3. Les différences entre provinces sur les sujets couverts par l'accord d'harmonisation	16
1.4 Les sujets non traités par l'accord d'harmonisation	18
1.5 Les résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de commerce électronique	19
1.5.1 Achat dans une autre province via Internet.....	19
1.5.2 Lecture des conditions et modalités	20
1.5.3 Connaissance des lois applicables.....	21
2. Le crédit à la consommation	24
2.1 Le champ de compétence du crédit à la consommation	24
2.2. Les problèmes identifiés par les experts.....	24
2.3. L'harmonisation des lois	25
2.4. Les différences entre les lois provinciales.....	25
2.4.1. La publicité et la sollicitation de crédit	25
2.4.2 Résolution de contrat.....	27
2.4.3 Droit de payer avant échéance	29
2.4.4 Obligation d'assurance.....	30
2.4.5 Émission non sollicitée de carte de crédit.....	30
2.4.6 Modification unilatérale des conditions carte de crédit.....	31
2.4.7 Conséquence et déroulement à la suite d'un défaut d'acquitter ses obligations	33
2.4.8 Défaut d'acquitter ses obligations dans le cas d'une vente à tempérament	33
2.4.9 Stipulation interdite	35
2.5. Les résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de crédit à la consommation.....	35
3. Les garanties légales.....	38
3.1 Les problèmes identifiés par les experts	38
3.2 Le régime des garanties légales au Québec	39
3.3 Le régime des garanties légales dans les autres provinces	41
3.3.1. La Sales of Good Act.....	41
3.3.2 Les lois statutaires supplémentaires.....	43
3.3.3 Le Nouveau-Brunswick.....	44
3.3.4 La Saskatchewan	45

3.3.5 Le Manitoba	47
3.4. Les résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de garanties légales.....	49
4. Les recours collectifs.....	54
4.1. Les problèmes identifiés par nos experts.....	55
4.2. Les recours collectifs multi-juridictionnels et les différentes législations provinciales	56
4.3. La classe nationale et les membres non-résidents	58
4.4. La coopération entre les tribunaux	60
4.5 La communication entre les avocats.....	60
4.6 Les différences quant à la condamnation pour frais.....	60
4.7 Les clauses limitant l'accès à la justice des consommateurs canadiens : les clauses forçant l'arbitrage	63
4.8 Les clauses imposant une loi étrangère ou un tribunal étranger	64
4.9 Les résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de recours collectifs	67
5. Les cartes-cadeaux	70
5.1 Principales différences entre les législations provinciales.....	70
5.2 Le cadre juridique des cartes-cadeaux émises par une institution financière de compétence fédérale	71
5.3 Les autres types de cartes-cadeaux	72
5.4 Harmonisation des lois.....	75
6. Les contrats de téléphones cellulaires	76
6.1 Cadre juridique.....	76
6.2 Les problèmes identifiés par nos experts	79
6.3 Les provinces et les contrats de téléphones cellulaires	79
6.4 Résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de contrat de téléphone cellulaire	80
Conclusion et recommandations.....	82
Annexe 1 – Rapport sur le sondage portant sur l'harmonisation des normes	84
Annexe 2 – Rapport de la firme de sondage BIP (données brutes)	139

Option consommateurs

MISSION

Option consommateurs est une association à but non lucratif qui a pour mission de promouvoir et de défendre les droits et les intérêts des consommateurs et de veiller à ce qu'ils soient respectés.

HISTORIQUE

Issue du mouvement des associations coopératives d'économie familiale (ACEF), et plus particulièrement de l'ACEF de Montréal, Option consommateurs existe depuis 1983. En 1999, elle a regroupé ses activités avec l'Association des consommateurs du Québec (ACQ) qui existait depuis plus de 50 ans et accomplissait la même mission qu'Option consommateurs.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Option consommateurs aide les consommateurs qui vivent des difficultés, les reçoit en consultation budgétaire et donne des séances d'information sur le budget, l'endettement, le droit de la consommation et la protection de la vie privée. Nous effectuons aussi des visites gratuites chez des ménages à faible revenu afin d'améliorer l'efficacité énergétique de leur logement.

Chaque année, nous réalisons des rapports de recherche sur des enjeux de consommation d'importance. Nous intervenons également auprès des décideurs et des médias pour dénoncer des situations inacceptables. Lorsque la situation s'y prête, nous intentons des recours collectifs contre des commerçants.

MEMBERSHIP

Pour faire changer les choses, les actions d'Option consommateurs sont multiples : recherches, recours collectifs et pressions auprès des instances gouvernementales et des entreprises. Vous pouvez nous aider à en faire plus pour vous en devenant membre d'Option consommateurs au www.option-consommateurs.org

Remerciements

Cette recherche a été réalisée et rédigée par M^e Annik Bélanger-Krams. Cette dernière a été supervisée par Mme Maryse Guénette, responsable du service de recherche et de représentation d'Option consommateurs, qui a aussi participé à la rédaction.

L'auteure remercie M. Bruno Marien pour son soutien méthodologique durant la réalisation de ce rapport. M. Marien est sociologue ainsi que chargé de cours au département de science politique et de droit de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Il enseigne la méthodologie de la recherche et les statistiques au sein de ce département depuis plus de quinze ans. Elle remercie également la firme de sondage PBIP, qui a réalisé le sondage. Enfin, elle remercie M. Jean-Pierre Beaud, professeur et doyen de la faculté de science politique et de droit à l'UQAM, qui a effectué l'évaluation du rapport.

L'auteure tient également à remercier tous les employés d'Option consommateurs qui, de près et de loin, ont collaboré à cette recherche. Elle remercie également tous les experts qui lui ont accordé une entrevue. Enfin, elle remercie les représentants des agences provinciales ou territoriales vouées à la protection des consommateurs qui lui ont accordé une entrevue téléphonique.

Ces représentants sont :

- M. Leonard Penton, responsable des affaires aux consommateurs, Service NL, Terre-Neuve-et-Labrador
- M. Adam Peters, agent à l'application des lois, Services aux consommateurs, gouvernement de l'Île-du-Prince-Édouard
- MM. Mark Coffin, Adam Grant et Rodger Gregg, respectivement directeur par intérim de la politique des marchés et de la consommation, conseiller principal en matière de politiques et conseiller principal en matière de politique de Services Nouvelle-Écosse
- Mmes Katherine Haines et Alana Nicholson, agentes d'application des lois à la Commission des services financiers et des services aux consommateurs du Nouveau-Brunswick; Mme Nicholson est membre du CMC
- M^e André Allard et M^e Geneviève Duchesne, respectivement directeur des affaires juridiques et avocate à l'Office de la protection du consommateur du Québec; M^e Duchesne est membre CMC
- M. Rob Harper, conseiller principal en politique au ministère des Services aux consommateurs de l'Ontario; M. Harper est membre du CMC
- Mme Gail Anderson, directrice de l'Office de la protection du consommateur du Manitoba; Mme Anderson est membre du CMC
- M. Mark Seville et Mme Karen Carruthers, respectivement responsable du marché et des normes de l'industrie et directrice du commerce équitable ainsi que déléguée à l'Office de la protection des consommateurs de l'Alberta
- Mme Roberta Prilusky, agente, relation avec les consommateurs, Services aux consommateurs, département des services aux collectivités du Yukon; Mme Prilusky est membre du CMC
- M. Michael Gagnon, conseiller principal en politique, Sécurité publique, Affaires municipale et communautaire des Territoires du Nord-Ouest; M Gagnon est membre du CMC

L'auteure remercie également les représentants des agences gouvernementales suivantes de lui avoir accordé une entrevue téléphonique :

- M. Toby Louie, directeur général, Corporate Policy and Planning Office, ministère de la Justice; M Louie est membre du CMC

- M. Russell Getz est membre de la Conférence pour l'harmonisation des lois au Canada, division civile et législative; M. Getz est avocat au bureau du procureur général de la Colombie-Britannique

Elle remercie également les représentants des associations suivantes de lui avoir accordée une entrevue téléphonique :

- Mme Gloria Desorcy, directrice générale du Consumer Association of Canada (Manitoba)

- M. John Lawford, directeur général et conseiller principal des affaires juridiques du Centre pour la défense de l'intérêt public

- M. Don Mercer, vice-président, affaires fédérales, Consumers Council of Canada

Elle remercie les professeurs d'université suivants de lui avoir accordé une entrevue téléphonique :

- M. Vaughan Black, Schulich School of Law

- Professeure Michelle Cumyn, Université Laval

- M. Daniel Gardner, Université Laval

- Professeur Vincent Gautrais, Université de Montréal

- Professeur Michael Geist, Université d'Ottawa

- Professeure Sylvette Guillemard, Université Laval

- M. Craig Jones, Thompson Rivers University

- M. John C. Kleefeld, University of Saskatchewan (interviewé uniquement en matière de recours collectifs et de clauses d'arbitrage)

- Professeur Marc Lacoursière, Université Laval

- Professeur Pierre-Claude Lafond, Université de Montréal

- Professeure Geneviève Saumier, McGill University

- M. Jacques St-Amant, UQAM

- Professeur Nicolas Vermeys, Université de Montréal

Enfin, elle remercie les avocats en pratique privée suivants de lui avoir accordé une entrevue :

- M^e Daniel Belleau, cofondateur et directeur du cabinet Belleau Lapointe

- M^e Maxime Nasr, associé au cabinet Belleau Lapointe

- M^e Julius H. Grey, cofondateur et directeur du cabinet Grey Casgrain (interviewé en matière de droit constitutionnel)

Résumé

En matière de consommation, les normes varient d'une province¹ à l'autre. Cela cause des inconvénients aux commerçants, qui doivent s'y adapter, et aux consommateurs qui effectuent des achats dans une autre province que celle où ils résident. La croissance fulgurante du commerce électronique au Canada exacerbe l'importance de cette question. En 2012, la valeur des commandes en ligne effectuées par des Canadiens a connu une augmentation de 24 % par rapport à 2010, atteignant 18,9 milliards de dollars².

Notre recherche documentaire et les entrevues que nous avons réalisées avec des experts³ nous ont permis d'identifier six domaines où il y a des problèmes. Ces domaines sont le commerce électronique, le crédit à la consommation, les garanties légales, les recours collectifs (et les clauses contractuelles y étant afférentes), les cartes-cadeaux et les téléphones cellulaires. Notre recherche porte donc sur ces six domaines.

Nous nous sommes aussi penchés sur les lois encadrant ces domaines dans les 10 provinces et les trois territoires canadiens. Nous avons alors constaté que les consommateurs sont protégés par la loi de l'endroit où ils effectuent un achat. En effet, lorsqu'un consommateur fait un achat en personne dans une autre province, il est protégé par la loi de cette province.

Cela nous a aussi permis de découvrir comment les droits des consommateurs varient selon l'endroit où ils habitent. Par exemple, dans certaines provinces, les citoyens sont protégés par la loi de leur province lorsqu'ils achètent en ligne, tant si le fournisseur est situé dans leur province que s'il est situé dans une autre province. De même, les clauses restreignant l'accès aux tribunaux ainsi que celles forçant le consommateur à intenter un recours dans une autre province que celle de sa résidence sont interdites seulement dans certaines provinces. Enfin, en matière de garantie légale, les consommateurs de certaines provinces sont mieux protégés que les autres.

Nous avons également réalisé un sondage web auprès de 2000 Canadiens. Celui-ci nous a appris que les consommateurs connaissent peu leurs droits. Ce manque d'information est particulièrement apparent dans certains domaines. Par exemple, parmi les répondants protégés par la loi de leur province, très peu savent qu'ils bénéficient d'une protection lorsqu'ils achètent via internet d'un fournisseur situé dans une autre province. De même, la très grande majorité des répondants ignore le droit applicable en matière de recours collectifs (incluant les clauses y étant afférentes) ainsi qu'en matière de téléphones cellulaires. Enfin, les consommateurs canadiens sont également confus quant au droit applicable en matière de garantie légale.

Même s'ils ne connaissent pas bien les lois qui les protègent, peu de consommateurs disent avoir vécu un problème à la suite de l'achat d'un bien provenant d'une autre province. Ceux qui font état de problèmes mentionnent que ces problèmes sont notamment liés à la défectuosité d'un bien, à une mécontente quant à un paiement et à une garantie non honorée.

¹ Dans le cadre de ce rapport, nous utilisons le mot « province » pour désigner tant les provinces que les territoires, cela afin d'alléger le texte.

² www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/131028/dq131028a-fra.htm

³ Voir la liste des experts interviewés dans la section Remerciements du rapport

Par ailleurs, notre sondage révèle qu'en règle générale, les consommateurs souhaitent que les lois soient uniformes d'un océan à l'autre. Plus précisément, ils souhaitent que ce soit le cas des règles encadrant le crédit à la consommation, les recours collectifs, les téléphones cellulaires et les cartes cadeaux. Ils ont aussi affirmé qu'ils aimeraient que l'information quant aux lois en matière de protection du consommateur soit plus facile d'accès.

L'opinion des consommateurs saura certainement intéresser les législateurs provinciaux et le Comité sur les mesures en matière de consommation lorsqu'ils auront à déterminer quelle est la meilleure protection pour les consommateurs canadiens dans les six domaines étudiés.

.

Introduction

La mondialisation des échanges commerciaux des dernières années a eu pour effet de lier les économies les unes aux autres. Plusieurs états ont conclu des ententes de libre-échange afin d'éliminer les obstacles au commerce. Le Canada a signé l'Accord de libre-échange (ALE) entre le Canada et les États-Unis Puis, en 1994, l'Accord sur le libre-échange nord-américain (ALENA) est entré en vigueur, liant le Canada avec les États-Unis et le Mexique. Ces accords ont notamment pour but de permettre le libre transport de biens entre pays signataires.

L'une des pierres angulaires du libre-échange est l'élimination des obstacles commerciaux. À cet égard, la situation du Canada est particulière car on y trouve deux paliers de gouvernement et deux législatures, la provinciale et la fédérale. L'acte constitutionnel de 1867 établit le partage des compétences et énonce les pouvoirs conférés à chacune de ces deux législatures⁴. Un palier de gouvernement ne peut légiférer que s'il a la compétence pour le faire. De plus, il ne peut entraver la compétence de l'autre palier de gouvernement⁵.

Afin d'établir un marché intérieur ouvert, performant et stable, il est devenu important pour le gouvernement fédéral de réduire les obstacles au commerce entre les provinces (commerce intérieur)⁶. Cela s'est fait en 1995 par l'Accord sur le Commerce intérieur (ACI), un accord signé par le fédéral, toutes les provinces et les territoires, à l'exception du Nunavut⁷. Le but de cet accord est de favoriser le commerce interprovincial en éliminant les obstacles liés à la libre circulation des personnes, des produits, des services et des investissements à l'intérieur du Canada.

L'ACI a contribué à éliminer les barrières au commerce intérieur, à prévenir la mise en place de nouvelles barrières et à harmoniser les normes interprovinciales. Il a réduit les frais supplémentaires payés par les entreprises canadiennes en rendant le commerce intérieur plus efficace, en créant un accès plus ouvert pour les entreprises canadiennes et en facilitant la mobilité de la main-d'œuvre pour les commerçants et les professionnels.

Les parties à l'ACI se sont entendues sur six « règles générales »; ce sont elles qui forment les six principes fondamentaux de l'accord⁸. Il s'agit de :

- la non-discrimination, qui établit un traitement égal pour tous les habitants, les biens, les services et les investissements canadiens
- le droit d'entrée et de sortie, qui interdit les mesures qui limitent le déplacement des personnes, des biens des services et des investissements

⁴ *Loi constitutionnelle de 1867*, 30 & 31 Vict, c 3

⁵ *Ibid*

⁶ Marco NOCELLA, « *Le développement du droit du commerce intérieur canadien à la lumière de la mondialisation des échanges commerciaux* », *Maitrise en droit, cheminement en common law et en droit transnational*, Université de Sherbrooke, 2008, Bibliothèque et Archives Canada, ISBN: 978-0-494-61439-6

⁷ Accord sur le commerce intérieur (ACI) Le Nunavut n'avait qu'un statut d'observateur.

⁸ Art 401 à 406 ACI

- l'absence d'obstacles inutiles, pour s'assurer que les gouvernements provinciaux et territoriaux ne créent pas de barrières au commerce.
- la présence d'objectifs légitimes, pour s'assurer que les objectifs des provinces et des territoires non reliés au commerce n'aient qu'un impact négatif minime sur le commerce intérieur.
- la conciliation des normes, en guise de fondement pour l'élimination des barrières au commerce causées par les différences au plan des normes et de la réglementation dans les différentes régions du Canada⁹.
- La transparence, pour assurer l'accès complet à l'information à toutes les parties intéressées.

L'ACI vise les marchés publics, les investissements, la mobilité de la main-d'œuvre, les mesures et normes en matière de consommation, les produits agricoles et alimentaires, les boissons alcooliques, la transformation des mesures naturelles, l'énergie, les communications, les transports et l'environnement¹⁰.

Le chapitre 8 de l'ACI porte sur les mesures et les normes adoptées par les parties en matière de consommation¹¹. On y énonce notamment « Chaque Partie peut, dans la réalisation d'un objectif légitime, adopter ou maintenir des mesures établissant le niveau de protection des consommateurs qu'elle estime approprié »¹².

En 1998, le Comité des mesures et des normes en matière de consommation (CMC) est créé afin de fournir un forum fédéral-provincial-territorial visant la coopération nationale, dans le but d'améliorer le marché au profit des consommateurs canadiens, amélioration réalisée par l'harmonisation des lois, des règlements et des pratiques et par des activités de sensibilisation du public¹³.

Le CMC doit négocier afin d'harmoniser les trois domaines suivants¹⁴ : la vente directe, les mesures concernant les articles rembourrés et la divulgation du coût de crédit¹⁵.

Le CMC a la responsabilité de déterminer toute mesure de base à inclure dans les futures négociations et de servir de forum aux discussions intergouvernementales sur les questions touchant les consommateurs. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'il a conclu des accords d'harmonisation dans plusieurs domaines (vente directe, articles rembourrés, divulgation du coût de crédit, contrats de vente sur internet, pratiques interdites en matière de recouvrement).

Dans cette recherche, il sera question de certains de ces accords, mais aussi des différents domaines de la consommation qui n'ont pas été harmonisés et qui sont susceptibles de causer des problèmes aux consommateurs lorsqu'ils achètent un bien dans une autre province.

⁹ Les régions étudiées ici sont les Maritimes, le Québec, l'Ontario, les Prairies et la Colombie-Britannique.

¹⁰ Accord sur le Commerce Intérieur, consolidation administrative, 2015, page 3-4

¹¹ Art 801 de l'ACI

¹² Art 804 de l'ACI

¹³ Art 808 de l'ACI et https://www.ic.gc.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/h_fe00013.html

¹⁴ Annexe 807.1 de l'ACI,

¹⁵ *Ibid*

Méthodologie

En réalisant ce rapport, nous voulions répondre aux questions suivantes : quelles sont les situations qui causent problèmes dans le domaine de l'harmonisation des normes de protection du consommateur? Les Canadiens savent-ils qu'ils ne bénéficient pas des mêmes protections dans les différentes juridictions? Que savent-ils des lois qui les protègent? Vivent-ils des expériences négatives en raison des normes différentes? Souhaiteraient-ils que les lois soient davantage harmonisées?

Pour y parvenir, nous avons effectué une recherche documentaire sur l'harmonisation des normes de protection du consommateur au Canada et nous avons effectué des entrevues avec des experts¹⁶. Nos recherches et nos entrevues nous ont permis de constater que plusieurs domaines du droit de la consommation qui ne font pas l'objet d'une entente d'harmonisation sont susceptibles de causer problème aux consommateurs.

Nous avons choisi d'étudier les six domaines où la situation semblait la plus critique¹⁷, soit le commerce électronique, le crédit à la consommation, les garanties légales, les recours collectifs (et les clauses y étant afférentes), les cartes cadeaux ainsi que les contrats de téléphone cellulaire. Pour ce faire, nous avons fait une recherche juridique sur ces domaines dans toutes les provinces et tous les territoires.

Afin de joindre directement les consommateurs canadiens et ainsi connaître leur point de vue, du 13 au 29 janvier 2015, nous avons réalisé un sondage web sur le sujet auprès de 2000 Canadiens résidant dans cinq régions du Canada, soit les Maritimes, le Québec, l'Ontario, les Prairies et la Colombie-Britannique¹⁸.

L'échantillon utilisé est un échantillon aléatoire à partir d'une liste de participants à un panel web représentatif des différentes régions. L'échantillon a été construit de façon non proportionnelle à la taille de la population des cinq régions retenues afin d'établir une marge d'erreur similaire dans chacune de ces régions.

Répartition régionale de l'échantillon

Maritimes	394
Québec	474
Ontario	384
Prairies	395
Colombie-Britannique	396

Notre sondage permet de déterminer les attitudes, les habitudes et les comportements des consommateurs canadiens notamment en ce qui concerne l'application des lois et règlements lors d'achats en personne ou par internet dans d'autres provinces que la leur. Nous y avons posé plusieurs questions sur la connaissance des lois et nous avons voulu connaître l'opinion des

¹⁶ Voir la liste des spécialistes interviewés dans la section « Remerciements » du rapport.

¹⁷ Nous avons retenus seulement les sujets les plus souvent identifiés comme causant problème par nos experts.

¹⁸ Ce sondage a été réalisé par la firme de sondage BIP, qui a pignon sur rue à Montréal.

consommateurs en matière d'harmonisation des normes vouées à la protection du consommateur.

Une fois ce sondage complété, nous avons effectué une analyse descriptive ainsi qu'une analyse basée sur des différences statistiquement significatives¹⁹. Ces analyses²⁰ ont été effectuées par domaine de consommation, puis par région; lorsque cela était pertinent, elle était également effectuée par province. Par contre, en raison du domaine d'application de certaines lois provinciales, sur certaines questions, nous avons parfois choisi d'étudier spécifiquement les résultats obtenus dans une province (c'est ce que nous avons fait pour l'Alberta, la Saskatchewan, le Manitoba et le Nouveau Brunswick)²¹. Nous voulions ainsi déterminer si les consommateurs habitants ces provinces répondaient différemment de ceux habitant une autre province de la même région.

Coup d'œil général sur les comportements des consommateurs canadiens

Certains résultats de notre sondage portent sur l'ensemble des Canadiens. Ainsi, quelle que soit leur province de résidence, les consommateurs achètent des biens dans une autre province. C'est ce qu'un répondant sur deux (50,4 %) a déclaré avoir fait en personne au cours de la dernière année alors qu'un peu plus de 83 % (83,4 %) des répondants ont répondu avoir fait un achat dans une autre province par internet. En moyenne, les consommateurs achètent six fois par année dans une autre province que la leur. Les Canadiens qui le font le plus souvent résident dans les Maritimes et les Prairies alors que les résidents du Québec sont ceux qui le font le moins souvent ($\chi^2 p < .001$)²².

Outre la région, les autres variables qui sont statistiquement significatives sont l'âge, la scolarité et le revenu des répondants. Ainsi, les consommateurs dans la tranche d'âge 18-34 ans, ceux qui possèdent un diplôme universitaire et ceux qui déclarent un revenu de plus de 100 000 \$ sont plus susceptibles que les autres de faire un achat dans une autre province.

Nous voulions savoir si les consommateurs qui effectuent un achat en personne dans une autre province savent la loi de quelle province s'applique. Un peu plus de 40 % des participants ont répondu que c'est la loi de la province où ils ont fait un achat qui s'applique. Il s'agit de la bonne réponse. Par ailleurs, 29,4 % des participants ont dit qu'ils ne savaient pas. Cette proportion est encore plus grande dans les Maritimes (37 %).

¹⁹ On utilise le terme différence statistiquement significative pour indiquer qu'il est peu probable (voire improbable) que la différence observée, entre deux moyennes par exemple, soit le fruit du hasard. Ce résultat montre simplement qu'il existe une preuve statistique de la différence. Ceci n'implique pas que la différence est nécessairement grande au niveau de l'observation. Les principaux tests utilisés ont été Khi deux et le t de Student.

²⁰ L'analyse a été réalisée par M. Bruno Marien, sociologue et chargé de cours au département de science politique de l'UQAM. Son rapport se trouve à l'annexe 1.

²¹ Aucune question ne portait sur un domaine où les trois provinces des prairies avaient en même temps des lois spécifique ce qui justifie l'analyse par province

²² Nous avons effectué des Khi deux (χ^2) et des t de Student pour affirmer les différences statistiquement significatives. Ainsi, lorsque nous affirmons qu'il existe une différence, cette dernière est basée sur le résultat du calcul. Le p représente la probabilité, en %, de commettre une erreur en affirmant qu'il existe une différence qui ne serait pas due au hasard.

Par ailleurs, nous voulions savoir si les consommateurs ont vécu des problèmes à la suite de l'achat d'un bien dans une autre province. Très peu de consommateurs (7,5 %) ont déclarés en avoir eus. Ce sont surtout les 18-34 ans qui ont statistiquement eu plus de problèmes. Ceci doit être examiné en fonction du type de biens achetés, notamment les produits électroniques. Les problèmes déclarés concernent surtout la défectuosité du produit (45 %) et, dans une moins grande mesure, les mécontentes au sujet des paiements (18 %) et les garanties non honorées (10 %)²³. Ces deux derniers points ont été soulevés par les consommateurs de 55 ans et plus. Nous n'avons pas trouvé de différence régionale.

1. Le commerce électronique

En matière de commerce électronique, pour qu'il y ait un contrat de consommation, la rencontre des volontés du consommateur et du commerçant est nécessaire. Celles-ci se reflètent dans le contrat convenu entre les parties.

En règle générale, le commerçant a une certaine expérience en vente et en rédaction de contrats alors que le consommateur n'a pas cette expérience. De plus, la majorité des contrats de consommations conclus sur Internet sont des contrats d'adhésion, c'est-à-dire qu'une partie (le commerçant) impose les modalités du contrat à l'autre partie (le consommateur). Ce dernier n'a alors pas la possibilité de négocier les termes du contrat. C'est notamment pour cette raison que le législateur est intervenu afin de protéger le consommateur lorsqu'il achète des biens sur Internet.

En raison du contexte constitutionnel, les provinces ont compétence pour légiférer en matière de protection du consommateur. Par contre, lorsque le consommateur fait des achats en ligne, il les fait souvent dans une autre province ou un autre état que celui où il demeure. Il est alors possible que le consommateur soit protégé différemment. Cela dépend de la province où il réside, puisque les normes en matière de protection du consommateur peuvent varier d'une province à l'autre.

1.1 Les problèmes identifiés par les experts

La majorité de nos experts ont identifié trois problèmes majeurs liés au commerce électronique.

Le premier est que les consommateurs ne lisent pas les conditions et modalités de l'entente d'utilisation avant de conclure un contrat sur Internet. Certains experts croient que c'est à cause de la longueur des contrats, d'autres que c'est aussi parce que les conditions sont rédigées en langage très juridique et qu'elles sont très difficiles à comprendre. D'autres encore croient que c'est parce que les conditions sont difficiles à voir pour le consommateur – elles sont rédigées en petits caractères; parfois, il faut même cliquer sur un lien pour avoir accès à l'ensemble de l'information. D'autres enfin estiment que c'est parce qu'ils savent qu'ils ne peuvent pas négocier et que, s'ils veulent acheter, ils doivent consentir aux termes de l'entente. Par ailleurs, plusieurs affirment que les consommateurs ne sont pas assez sensibilisés à l'impact que

²³ Voir annexe 1.

certaines clauses se trouvant dans les conditions d'utilisation pourraient avoir en cas de problème.

Le deuxième est la difficulté de faire valoir ses droits, et ce, particulièrement, lorsque le commerçant est situé dans une autre province ou un autre pays. Les experts s'inquiètent de la présence de clauses contractuelles limitant l'accessibilité à la justice et dénoncent les clauses obligeant le consommateur à soumettre tout différend à l'arbitrage ou à renoncer à faire valoir ses droits devant les tribunaux de droit commun (par un recours aux petites créances ou via un recours collectif). Ils s'inquiètent également de l'existence de clauses qui imposent une autre loi que celle de la résidence du consommateur ou qui forcent le consommateur à intenter un recours dans une autre juridiction que celle de sa résidence. La très grande majorité voudrait que le législateur intervienne pour limiter ces clauses contractuelles ou pour les interdire complètement.

Le troisième est en lien avec les règles provinciales qui, en matière de contrat de vente sur Internet, sont différentes d'une province à l'autre, et ce, malgré l'accord d'harmonisation sur les contrats de ventes par Internet. En effet, malgré l'inclusion de l'accord dans les législations provinciales, il y a encore des différences entre les provinces et celles-ci peuvent affecter les droits des consommateurs. Par ailleurs, certaines de ces différences sont liées à la propension de certaines provinces à protéger davantage les consommateurs.

1.2. Les accords d'harmonisation

En raison de l'augmentation des transactions en ligne, les provinces ont adopté des lois encadrant le commerce électronique. En 1999, la Conférence pour l'harmonisation des lois au Canada (CHLC) a adopté la *Loi uniforme sur le commerce électronique* (LUCE). Cette loi, qui s'applique à tous les types de transactions, sauf quand elle est spécifiquement exclue par la loi, est inspirée du Modèle de 1996 établi par les Nations Unies²⁴. Il est alors recommandé à toutes les juridictions provinciales, territoriales et fédérales d'incorporer les principes de la LUCE dans leurs propres lois. Plusieurs provinces le font. Le Québec, pour sa part, ne suit pas la LUCE, mais incorpore à sa loi des dispositions similaires. Depuis 1999, toutes les provinces et tous les territoires ont introduit des lois réglementant le commerce électronique s'inspirant de la LUCE²⁵.

La LUCE s'intéresse à la signature des contrats, à l'obligation de fournir un document écrit ainsi qu'aux diverses adaptations afin de rendre plus flexibles les règles contractuelles dans un contexte d'accord conclu sur Internet.

Dans un effort pour atteindre une harmonisation en droit de la consommation, le CMC a adopté le *Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet* (ci-après modèle d'harmonisation)²⁶. Le modèle d'harmonisation prévoit des normes minimales en matière de divulgation d'information, des règles quant à la formation et l'annulation de contrats

²⁴ Uniform Electronic Commerce Act (1999) Uniform Law Conference of Canada

²⁵ Teresa SCASSA et Michael DETURBIDE, «Electronic Commerce and Internet Law in Canada», 2^{éd.}, Toronto, C.C.H., 2012, page 3

²⁶ Modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de ventes par Internet, CMC, mai 2001, https://www.ic.gc.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/h_fe00157.html

ainsi que des règles en matière de remboursement. L'un des buts est de permettre au consommateur de lire tous les termes du contrat avant de conclure l'entente. Dans l'éventualité où le commerçant ne le fait pas, le consommateur a droit à plusieurs recours; il peut notamment demander que l'émetteur du crédit annule ou vire les frais²⁷. Le but ultime est que les provinces suivent le modèle d'harmonisation afin d'atteindre une harmonisation en matière de vente sur Internet.

1.3. Les différences entre provinces sur les sujets couverts par l'accord d'harmonisation

L'un des obstacles en matière d'harmonisation est que, malgré l'élaboration du modèle d'harmonisation, il y a encore des distinctions entre les provinces. La plupart des provinces ont inclus le modèle d'harmonisation dans le cadre de leur législation de protection du consommateur; seuls les territoires, le Nouveau-Brunswick et l'Île-du-Prince-Édouard ne l'ont pas fait²⁸. Malgré cela, il existe plusieurs différences entre les législations provinciales en matière de contrat de vente sur Internet.

Le Manitoba a été la première province à incorporer le modèle d'harmonisation dans sa loi sur la protection du consommateur (CPLM). Toutefois, sa loi permet l'annulation de contrats à des conditions différentes que celle du modèle d'harmonisation²⁹; de plus, elle a des dispositions pénales³⁰. L'Alberta a introduit une loi similaire au modèle d'harmonisation en ce qui concerne les différents types de contrats et leur annulation. Par contre, cette loi diffère du modèle d'harmonisation en ce qu'elle limite le champ d'application de sa loi. En effet, la loi albertaine exclut de son champ d'application les transactions de moins de 50 \$ ainsi que les entreprises faisant affaire dans les domaines de l'immobilier, des vacances à temps partagé et des services funéraires. Elle exclut également les fleuristes³¹.

La Nouvelle-Écosse a également inséré des dispositions dans sa loi de protection du consommateur, la Consumer Protection Act (CPA-NS).³² Ces modifications législatives sont celles qui ressemblent le plus au modèle d'harmonisation. De plus, elle a modifié sa loi afin d'y ajouter des obligations de divulgations d'information, d'annulation et de remboursement. Par contre, comme l'Alberta, la Nouvelle-Écosse exclut de sa loi les achats de moins de 50 \$. Enfin, mentionnons que la loi de la Nouvelle-Écosse ne s'applique pas à des biens qui peuvent être directement téléchargés d'Internet ou obtenus via Internet³³.

L'Ontario a incorporé au sein de sa loi la Loi sur la protection du consommateur de 2002 (LO-2002) des dispositions guidées par le modèle d'harmonisation en ce qui a trait aux contrats de consommation. Ces dispositions s'appliquent aux transactions de plus de 50 \$. Une divergence

²⁷ *Supra* note 25, pages 44-51

²⁸ *Supra* note 25, page 52

²⁹ Art 129 Loi sur la protection du consommateur, CPLM c C200 (ci-après CPLM) et Teresa SCASSA et *supra* note 25

³⁰ Art 136.1 (1) et ss. CPLM et *supra* note 25

³¹ Art 3 Internet Sales Contract Regulation, Alta Reg. 81/2001 et *supra* note 25, pages 54-55

³² Art 21(X) et ss. Consumer Protection Act, RSNS, 1989 c. 92 (ci-après CPA-NS) et Art 2 Internet Sales Contract Regulations, NS Reg 91 et *supra* note 25, pages 56-57

³³ Art 2 Internet Sales Contract Regulations, NS Reg 91 et *supra* note 25 pages 56 et 57

importante par rapport au modèle d'harmonisation est que la loi de l'Ontario ne prévoit pas que l'émetteur de la carte de crédit puisse annuler ou renverser les frais. Selon Scassa et Deturbide, cette distinction est le symptôme que le projet d'harmonisation des lois en matière de contrats conclus sur Internet n'est qu'illusoire en pratique³⁴.

La Colombie-Britannique a ajouté une section portant sur les contrats conclus en ligne dans sa loi sur la protection du consommateur, la *Business Practices and Consumer Protection Act* (BPCPA-BC). La loi ne fait pas explicitement référence au modèle d'harmonisation, toutefois l'essence du modèle d'harmonisation se retrouve dans cette loi³⁵.

Le Québec a également introduit au sein de sa Loi sur la protection du consommateur (LPC) des dispositions encadrant le commerce électronique. Cette législation accorde des protections très similaires au modèle d'harmonisation. Il y a cependant certaines différences. D'une part, la loi québécoise utilise un terme plus large, soit le contrat conclu à distance, qui inclut les contrats conclus sur Internet. D'autre part, la loi québécoise permet l'annulation de contrats conclus sur Internet relativement à des achats liés au transport, à l'hébergement, aux billets de spectacle, si le commerçant ne fournit pas les documents nécessaires pour que le consommateur puisse recevoir les services ou assister à l'évènement prévu au contrat. De plus, les contrats conclus à distance sont réputés avoir été conclus à l'adresse du consommateur. La LPC s'applique donc à tous les contrats conclus en ligne par un consommateur qui réside au Québec³⁶.

La Saskatchewan a modifié sa loi sur la protection du consommateur, la *Business Practices and Consumer Protection Act* (BPCPA-SS) afin d'y ajouter une section portant sur les contrats de vente par Internet. La loi de la Saskatchewan est très similaire au modèle d'harmonisation³⁷.

Terre-Neuve-et-Labrador a modifié sa loi sur la protection du consommateur, la *Consumer Protection and Business Practices Act* (CPBPA-NL) pour y ajouter des dispositions similaires au modèle d'harmonisation. Cette loi s'applique au contrat conclu à distance, ce qui inclut les contrats de vente sur Internet. Elle ne prévoit pas un format spécifique devant être utilisé par le commerçant. De plus, elle indique qu'une copie envoyée par courriel est réputée avoir été reçue le troisième jour après l'envoi³⁸.

Une autre distinction entre les provinces porte sur la notion de consentement. Bien que l'accord d'harmonisation prévoie qu'en matière de consentement, il faut qu'il y ait une manifestation de consentement pour qu'il y ait un contrat, il appert qu'il y a une distinction entre les provinces au sujet des ententes de type *Click-Wrap*³⁹. La doctrine énonce que, lorsqu'un consommateur

³⁴ *Supra* note 25, page 59, traduction libre

³⁵ *Supra* note 25, pages 60-61 et *Business Practice and Consumer Protection Act*, SBC 2004, c 2 (ci-après BPCPA-BC)

³⁶ *Supra* note 25, page 61 et Article 54.2 LPC Loi sur la protection du consommateur, RLRQ c. P-40.1 (Ci-après LPC)

³⁷ *Supra* note 25, page 62

³⁸ *Supra* note 25, page 62 et Article 30 et 31 (4) *Consumer Protection and Business Practices Act* SNL 2009, c C-31.1(CPBPA-NL)

³⁹ Définition Click-Wrap : «La majorité des contrats conclus par Internet exige que le consommateur clique à un endroit déterminé pour manifester son consentement : « j'accepte » ou(« *I agree* ») (...). Par opposition aux «contrats de types browse-wrap »dont le consentement s'infère non pas en cliquant sur un icône, mais par la simple apparition d'une indication parfois difficilement accessible ou par l'accès à une nouvelle page via un lien hyper lien», Nicole L'HEUREUX et Marc LACOURSIERE, « Droit de la consommation », 6^e éd., Cowansville, Édition Yvon Blais, 2011, page 146-150

clique sur une icône comme « j'accepte », il consent à entrer dans une relation contractuelle. La situation quant à ce type d'entente n'est pas uniforme à travers le Canada. Au Québec, cliquer sur un hyperlien ne suffit pas nécessairement pour démontrer l'intention de contracter alors que, dans le reste du Canada, cela peut être suffisant⁴⁰. En effet, il existe certaines restrictions entourant les contrats d'adhésions et l'obligation précontractuelle de renseignement. Plus précisément, le droit civil reconnaît l'acceptation tacite à moins que la loi exige une forme particulière d'acceptation⁴¹. Ainsi, en Ontario, lorsqu'un consommateur a cliqué sur une icône pour accepter les termes d'un contrat et que les tribunaux cherchent à savoir s'il y a consentement, la « *commercial certainty* » est favorisée. Le tribunal n'interviendra pas si la clause ambiguë et complexe, il interviendra seulement si elle est aberrante⁴².

On le voit, en matière de contrat de vente par Internet, les droits des consommateurs peuvent varier de façon significative d'une province à l'autre.

1.4 Les sujets non traités par l'accord d'harmonisation

L'accord d'harmonisation n'a pas traité de tous les sujets liés au commerce électronique. En effet, il est resté silencieux quant à la juridiction de la cour. Les consommateurs, s'ils intentent des recours contre un commerçant ou un fabricant, le font généralement dans leur juridiction. Or, certains commerçants ont tenté de limiter l'accès des consommateurs aux tribunaux. Cette restriction peut se faire en imposant l'arbitrage obligatoire, en limitant l'accès aux recours collectifs, en imposant la loi d'un autre état ou en forçant le consommateur à entreprendre son recours dans une autre juridiction que celle de son lieu de résidence. Nous allons aborder cette problématique dans la section des recours collectifs puisque ce type de clause n'est pas limité aux contrats conclus sur Internet et que, souvent, les clauses visent à limiter l'accès au tribunal, limitant ainsi l'accès aux recours collectifs.⁴³

De plus, puisque le modèle d'harmonisation date de 2001, il ne couvre pas certaines problématiques qui sont apparues avec l'avancement technologique et qui ont fini par causer problème; c'est le cas des logiciels espions et des nouvelles manières de contracter. Par ailleurs, certaines provinces n'ont pas inclus l'accord d'harmonisation dans leur loi, ce qui a pour effet de limiter l'uniformisation des lois en matière de commerce électronique.

Enfin, certaines provinces ont choisi de protéger le consommateur lorsqu'il contracte avec un commerçant situé dans une autre province – c'est le cas de l'Alberta, de la Saskatchewan, de l'Ontario et du Québec⁴⁴ – alors que d'autres ne l'ont pas fait – c'est le cas de la Colombie-

⁴⁰ *Aspencer1 c. Paysystems Corp.*, 2005 CanLII 6494 (QC CQ), Michael DETURBIDE, «Consumer Protection Online», LexisNexis, Butterworths, 2006 Ibid et LPC

⁴¹ Nicole L'HEUREUX et Marc LACOURSÈRE, « Droit de la consommation », 6^e éd., Cowansville, Édition Yvon Blais, 2011, page 148

⁴² *Rudder v. Microsoft Corp.*, 1999 CanLII 14923 (ON SC) et traduction libre *supra* note 25

⁴³ Nous abordons cette problématique à la section IV.

⁴⁴ Art 13 à 16 Fair Trading Act, RSA 2000, c. F-2 (ci-après FTA), Art 101(1) et 102 CPBPA-SS

<http://www.fcaa.gov.sk.ca/adx/asp/adxGetMedia.aspx?DocID=3927,3905,3784,3690,1,Documents&MediaID=b6c73d6e-c390-4df5-af7e-3d9d2b7ddb51&Filename=Internet+Sales+Contracts+Nov.+2014.pdf>, Art 2 et 7 LO-2002 et Art 11.1 LPC

Britannique, du Manitoba, du Nouveau-Brunswick, de la Nouvelle-Écosse, de l'Île-du-Prince-Édouard et des territoires.

1.5 Les résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de commerce électronique

Nous voulions connaître les habitudes des consommateurs lorsqu'ils achètent des biens sur Internet. Nous voulions aussi connaître leur point de vue sur les normes qui les protègent lorsqu'ils font ce type de transaction.

1.5.1 Achat dans une autre province via Internet

Une majorité des répondants (61%) a affirmé avoir, au cours de la dernière année, fait un achat dans une autre province via Internet (voir tableau 1). Si on ajoute les personnes qui ne sont pas certaines d'avoir fait un tel achat, cette majorité est de 84,4 %. Ici, la région de résidence a un impact : cette pratique est très fréquente dans les Maritimes (82,4 %), les Prairies (70,4 %) et la Colombie Britannique (67,4 %). Pour les Ontariens (49,8 %), cette pratique est relativement fréquente. Les Québécois se distinguent des autres régions puisqu'ils achètent moins dans une autre province; seulement 35,3 % d'entre eux disent l'avoir fait.

Tableau 1

Question posée : « Au cours de la dernière année, avez-vous acheté, via Internet, des biens dans une autre province canadienne? »

Réponses obtenues	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	Total Canada
Oui, j'en ai acheté	82,4 %	35,3 %	49,8 %	70,4 %	67,4 %	61,0 %
Je ne crois pas en avoir acheté, mais c'est possible	11,4 %	28,1 %	35,9 %	18,5 %	23,0 %	23,4 %
Non, je n'en ai pas acheté	6,2 %	36,6 %	14,3 %	11,1 %	9,7 %	15,6 %

Le lieu où est situé le commerçant est important pour les répondants. En effet, cette information influence 78,2 % d'entre eux lors de la prise de décisions de faire ou non un achat. La principale raison invoquée à cet effet concerne des problèmes potentiels. Près d'un consommateur sur deux (46,6 %) trouvait important de connaître cette information. Une autre raison a été souvent invoquée. Il s'agit de la volonté d'acheter d'une entreprise canadienne (32,5 %). Par ailleurs, pour 19,7 % des Québécois, il est important de se procurer un bien d'un

marchand situé dans leur provinces de résidence alors que cela est moins important pour les Canadiens des autres régions (9,4 %).

1.5.2 Lecture des conditions et modalités

Par ailleurs, nous voulions savoir si les répondants contractent en toute connaissance de cause sur Internet (voir tableau 2). À cause de ce que nous avaient dits nos experts et de ce que nous avons constaté sur le terrain, nous pensions que les consommateurs ne lisaient pas les conditions et modalités des ententes sur internet, et ce, en raison de la longueur de ce type de documents et de la complexité du langage qui y est utilisé.

Tableau 2

Question posée : « Avant de donner votre accord aux conditions et modalités de l'entente (terms of agreement), est-ce que vous les lisez? »

Réponses obtenues	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	Total Canada
Oui, toujours	31,7 %	24,3 %	35,5 %	30,9 %	32,1 %	30,9 %
Oui, parfois	39,6 %	29,4 %	37,7 %	37,9 %	35,4 %	36,0 %
TOTAL OUI	71,3 %	53,7 %	73,2 %	68,8 %	67,5 %	66,9 %
Rarement	25,2 %	35,6 %	23,6 %	27,6 %	27,9 %	28,0 %
Non, jamais	2,9 %	10,6 %	3,1 %	2,6 %	4,7 %	4,8 %
TOTAL NON	28,1 %	46,2 %	26,7 %	30,2 %	32,6 %	32,8 %

Note : En additionnant les deux totaux, on n'arrive pas à une somme de 100 % parce que 0,3 % des répondants ne comprenaient pas la signification de l'expression « conditions et de modalités de l'entente »

Il va sans dire que nous sommes très surpris par les résultats obtenus. En effet, notre sondage (voir tableau 2) indique que 66,9 % des consommateurs canadiens lisent (toujours ou parfois) les conditions et modalités de l'entente. Les consommateurs de l'Ontario et des Maritimes (avec respectivement 73,2 % et 71,3 %) sont les plus nombreux à les lire alors que ceux du Québec (avec 53,7 %) sont les moins nombreux à le faire.

Une lecture plus attentive de nos résultats indique que ceux qui lisent le plus souvent les conditions et modalités sont les femmes, les consommateurs âgés de 55 ans et plus et ceux qui ont une scolarité de niveau collégial ou moins. En revanche, ceux qui sont le moins nombreux à les lire sont les hommes, les consommateurs âgés de 18 à 35 ans et ceux qui possèdent une scolarité de niveau universitaire.

Ces résultats pour le moins surprenants pourraient être liés à deux facteurs. La question ne demandait pas si les consommateurs faisaient une lecture complète des conditions et modalités de l'entente. Il serait donc possible qu'un répondant ait indiqué lire les conditions et modalités, et ce, même s'il n'en lisait que les titres et les grandes lignes. Il est également possible que certains répondants aient répondu à cette question de manière à se montrer sous un jour positif. C'est ce que nous appelons une réponse de convenance.

Nous voulions également savoir ce qui amène les consommateurs à ne pas lire les conditions et modalités de l'entente (voir tableau 3). Deux raisons ont été invoquées. La première, évoquée par 61,5 % des répondants, est qu'ils doivent, de toute façon, donner leur accord pour acheter le bien. La deuxième, évoquée par 60 % des répondants, est qu'ils trouvent le texte trop long. À noter : les consommateurs âgés entre 18 à 25 ans ont dit, dans une proportion de 70 %, qu'ils ne lisaient pas les conditions et modalités afin de sauver du temps.

Tableau 3

Question posée : « Quelle est la raison qui vous porte à les lire rarement ou jamais? » (choix de réponse non exclusif)

	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	Total Canada
Ça ne donne rien de les lire; de toute façon, je dois donner mon accord pour acheter le bien	67,6 %	44,5 %	66,0 %	66,0 %	72,0 %	61,5 %
Pour sauver du temps; le texte est trop long	55,5 %	68,8 %	63,8 %	53,8 %	54,3 %	60,0 %
Je ne comprends pas ce qui est écrit	14,1 %	9,6 %	16,0 %	16,1 %	13,6 %	13,4 %
Il n'y a pas de raison particulière	5,2 %	5,2 %	4,3 %	6,6 %	4,2 %	5,1 %

Note : Ce tableau ne tient compte que des personnes qui ont affirmé lire rarement ou jamais les conditions et modalités de l'entente.

1.5.3 Connaissance des lois applicables

Dans un autre ordre d'idée, nous voulions savoir si les répondants connaissent les lois applicables lorsqu'ils achètent un bien d'un commerçant situé dans une autre province.

Nous avons effectué une analyse par région (voir tableau 4-a). Ici, nous avons porté une attention particulière aux réponses des consommateurs du Québec et de l'Ontario puisque le consommateur y est protégé par la loi de sa province, et ce, même s'il achète des biens situés dans une autre province.

Nous avons aussi effectué une analyse par province (voir tableau 4-b). Ici, nous sommes aussi intéressés à l'Alberta et à la Saskatchewan puisque ces deux provinces des Prairies ont chacune des lois qui protègent les consommateurs lorsqu'ils achètent sur Internet d'un fournisseur qui habite dans une autre province.

Tableaux 4

Question posée : « Selon vous, lorsque vous achetez, sur Internet, un bien provenant d'une autre province, quelles lois s'appliquent? »

a- Analyse par région

	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	Total Canada
Celles de ma province	11,0 %	15,8 %	11,6 %	10,5 %	12,7 %	12,5 %
Celles de la province où j'ai acheté mon bien	29,8 %	34,5 %	29,8 %	34,5 %	34,3 %	32,7 %
Les deux puisqu'il s'agit des mêmes lois	4,2 %	2,9 %	7,4 %	6,4 %	5,1 %	5,1 %
Les deux, même si ce sont des lois différentes	11,2 %	5,8 %	11,6 %	11,2 %	13,5 %	10,5 %
Les lois fédérales	7,4 %	14,1 %	9,6 %	10,5 %	7,6 %	10,0 %
Je ne sais pas	36,4 %	26,9 %	30,0 %	27,0 %	26,7 %	23,3 %

b- Analyse province

	Québec	Ontario	Saskatchewan	Alberta	Total Canada
Celles de ma province	15,8 %	11,6 %	9,5 %	11,0 %	12,5 %
Celles de la province où j'ai acheté mon bien	34,5 %	29,8 %	37,8 %	34,2 %	32,7 %
Les deux puisqu'il s'agit des mêmes lois	2,9 %	7,4 %	4,1 %	6,8 %	5,1 %
Les deux, même si ce sont des lois différentes	5,8 %	11,6 %	8,1 %	11,9 %	10,5 %
Les lois fédérales	14,1 %	9,6 %	8,1 %	12,8 %	10 %
Je ne sais pas	26,9 %	30,0 %	32,4 %	23,3 %	23,3 %

Une grande proportion des répondants (42 %) croit que lorsqu'elle achète un bien en personne dans une autre province, la loi qui s'applique est celle où l'achat a été fait (voir tableau 5). Cette proportion chute lorsqu'il est question des achats faits par internet. En effet, 33 % des répondants croient qu'alors, la loi qui s'applique est celle de la province du fournisseur.

Par ailleurs, seulement 12 % des Canadiens croient que, lorsqu'ils achètent par internet un bien dans une autre province, la loi de leur résidence s'applique.

Tableau 5

Question posée : « Selon vous, lorsque vous achetez, en personne (et sur internet), un bien provenant d'une autre province, quelles lois s'appliquent? »

	Achat en personne⁴⁵	Achat sur internet
Celles de ma province	9 %	12 %
Celles de la province où j'ai acheté mon bien	42 %	33 %
Les deux puisqu'il s'agit des mêmes lois	6 %	5 %
Les deux, même si ce sont des lois différentes	8 %	11 %
Les lois fédérales	6 %	10 %
Je ne sais pas	29 %	29 %

Dans certaines provinces, le législateur est intervenu pour s'assurer que les consommateurs sont protégés lorsqu'ils font des achats sur Internet, et ce, que ces achats soient faits à l'intérieur ou à l'extérieur de leur province. C'est le cas au Québec, en Ontario, en Saskatchewan et en Alberta. Nous voulions voir si les résidents de ces provinces le savent.

Les répondants qui ont été le plus nombreux à répondre que les lois de leur province s'appliquent habitent au Québec. En effet, 15,8 % des Québécois disent être protégés par leur loi provinciale (voir tableau 4). Il s'agit d'une différence statistiquement significative. L'Ontario arrive en seconde place; 11,6 % des répondants y ont dit être protégés par leur loi provinciale. Bien que les Saskatchewanais soient protégés par une loi provinciale, ce sont eux, dans la proportion la plus importante (9,5 %), qui ont dit ne pas être protégée par leur loi provinciale.

Par ailleurs, en certaines circonstances, un répondant n'aurait pas nécessairement tort de répondre que les deux lois s'appliquent. Ainsi, la loi ontarienne s'applique au consommateur qui réside en Ontario et au fournisseur qui a une place d'affaire en Ontario⁴⁶. Un consommateur qui réside dans une province qui lui accorde une protection pourrait faire valoir ses droits en utilisant la loi de sa province. Par contre, si sa loi provinciale est peu avantageuse et qu'il achète en Ontario, la LO-2002 s'applique.

Les résidents de la Colombie-Britannique ont été les plus nombreux à répondre « Les deux, même si ce sont des lois différentes »⁴⁷. De plus, les Ontariens indiquent plus souvent que les

⁴⁵ Les pourcentages ont été arrondis lors de la réalisation de ce tableau.

⁴⁶ Art 2 LO-2002

⁴⁷ Voir rapport Bruno Marien, annexe 1

autres Canadiens que les lois de leur province et celles de la province où l'achat a été fait sont les mêmes.

2. Le crédit à la consommation

Lorsqu'un consommateur achète un bien dans une autre province, il n'est pas rare qu'il contracte du crédit à la consommation par la même occasion. Dans le cadre de notre recherche, nous avons ciblé neuf domaines spécifiques au crédit à la consommation où il y a des distinctions entre les provinces malgré l'Accord relatif à l'harmonisation des lois sur la divulgation du coût de crédit (l'accord d'harmonisation). Nous les avons tous étudiés⁴⁸. Nous avons également porté attention à certains aspects de la divulgation du crédit. Malgré l'harmonisation des règles en cette matière, il y a encore des distinctions entre les lois provinciales. Par ailleurs, nous n'avons ni étudié les règles fédérales liées au crédit – ces dernières sont uniformes partout au pays –, ni le prêt sur salaire – qui fait rarement l'objet de commerce interne.

2.1 Le champ de compétence du crédit à la consommation

Les deux paliers de gouvernement peuvent intervenir en matière de crédit à la consommation. En raison de leur compétence pour légiférer en droit civil, les provinces peuvent s'occuper de la protection du consommateur⁴⁹. Le fédéral, quant à lui, édicte des règles en matière de divulgation de frais de crédit dans les domaines relevant de sa compétence, par exemple, le crédit octroyé par des banques⁵⁰. De plus, il a compétence en matière de concurrence, d'intérêt et de taux criminel⁵¹. Les règles en ces matières sont les mêmes à travers le Canada.

2.2. Les problèmes identifiés par les experts

Nos experts s'inquiètent du faible niveau de littératie financière et de l'endettement des consommateurs. Ils ont aussi identifié certains sujets comme causant problèmes, notamment la divulgation du coût de crédit et la vente à tempérament. Certains experts craignent que, malgré l'accord d'harmonisation, des pratiques interdites se poursuivent notamment en matière de recouvrement. Selon eux, les provinces ne semblent pas toutes avoir intégré toutes les règles des accords d'harmonisation⁵².

⁴⁸ Il en est question dans les sections 2.4.1 à 2.4.9.

⁴⁹ Art. 92 (13) *Loi constitutionnelle de 1867*, *supra* note 4

⁵⁰ Art. 91 (15) *Loi constitutionnelle de 1867*, *supra* note 4

⁵¹ Loi sur la concurrence, L.R.C. (1985), ch. C-34, Loi sur l'intérêt L.R.C. (1985), c. I-15 et Art. 347 et ss. Code Criminel, L.R.C. (1985), ch. C-46 Le fédéral a légiféré dans ces domaines qui relèvent de sa compétence. Ces règles sont donc applicables au Canada, d'un océan à l'autre.

⁵² Le 25 avril 2003, la Liste harmonisée des pratiques de recouvrements interdites a été réalisée par le CMC. Même si un petit nombre d'experts se disaient concernés par les pratiques des agences de recouvrement, nous ne les avons pas étudiées ici. D'une part, il s'agit d'un sujet complexe qui mériterait d'être étudié individuellement. D'autre part, nous avons choisi de traiter les sujets qui avaient été identifiés par le plus grand nombre d'experts comme causant problème.

2.3. L'harmonisation des lois

En matière de protection du consommateur, les provinces ont choisi d'exercer leur compétence de manière à encadrer le crédit à la consommation. C'est ce qui explique que les normes peuvent varier d'une province à l'autre.

Dans le but de rendre les lois plus uniformes, en 1998, le Comité sur les mesures en matière de consommation (CMC) a harmonisé les lois en matière de divulgation du coût du crédit. L'accord d'harmonisation établit les normes en matière de divulgation des coûts de crédit sur le taux annuel en pourcentage (TAP) du contenu des déclarations, de divulgation ultérieure, de remboursement anticipé d'un prêt, de frais en cas de défaut, de contrat de carte de crédit, de crédit par l'entremise d'un courtier, d'annulation de services optionnels, d'entente de crédit informelle, de publicité, de baux et de détermination de la valeur résiduelle⁵³. En ces matières, la très grande majorité des provinces ont traité, dans leurs lois sur la protection du consommateur et sur la divulgation du coût de crédit, des aspects qui avaient également été traités par l'accord d'harmonisation. Même lorsque cela n'est pas le cas, il arrive que des lois ont des dispositions existantes qui respectent et même surpassent ce que prévoit l'accord d'harmonisation. C'est le cas de la Loi sur la protection du consommateur du Québec.

Par ailleurs, il y a encore plusieurs distinctions entre les législations provinciales, ce qui peut avoir pour effet que certains consommateurs sont mieux protégés dans une province que dans une autre.

2.4. Les différences entre les lois provinciales

2.4.1. La publicité et la sollicitation de crédit

La publicité en matière de crédit à la consommation a un impact important chez les consommateurs car elle les incite à contracter. Les provinces sont intervenues pour encadrer les publicités en ce domaine. Le fédéral a également compétence en matière de crédit, notamment par l'entremise de la Loi sur les banques, du règlement sur le coût d'emprunt et de la Loi sur la concurrence.

L'accord d'harmonisation cherche à encadrer les publicités en matière de crédit à la consommation. Les conditions suivantes ne s'appliquent qu'aux publicités qui donnent des informations spécifiques sur le coût d'emprunt, notamment le montant des versements, les frais autres que des intérêts, le taux d'intérêt et tout autre élément du coût d'emprunt. Les publicités doivent préciser le taux annuel en pourcentage, le terme du prêt, le prix des produits et le coût d'emprunt total (dans le cas d'ententes de crédit-fournisseur⁵⁴). Par contre, ces restrictions ne s'appliquent pas en matière de publicité sur le crédit fait à la télévision ou à la radio ou encore lors d'ententes de crédit-fournisseur⁵⁵. En date de la rédaction de ce rapport⁵⁶, nous

⁵³ Accord relatif à l'harmonisation des lois sur la divulgation du coût de crédit au Canada, Modèle de rédaction législative, Comité des mesures en matière de consommation, Juin 1998

⁵⁴ C'est ainsi qu'on appelle le crédit octroyé par un détaillant.

⁵⁵ *Supra* note 53

⁵⁶ Ce rapport a été rédigé entre novembre 2014 à février 2015.

remarquons que les lois des provinces semblent respecter, en partie, les dispositions de l'accord d'harmonisation portant sur la publicité du crédit.

Certaines provinces sont allées encore plus loin dans l'encadrement de la publicité portant sur le crédit. C'est le cas du Québec. Le règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur (RALPC) prévoit que, si une modalité de crédit figure dans une publicité, toutes les autres doivent y être mentionnées; un tableau illustrant les frais de crédit doit aussi y figurer⁵⁷. De plus, la LPC interdit l'incitation à se procurer des biens ou des services à l'aide du crédit, ou même d'en afficher une illustration⁵⁸. Par exemple, au Québec, un commerçant n'a pas le droit d'inciter un consommateur à se procurer du crédit pour se payer un voyage dans le sud.

L'Ontario, où l'émission unilatérale d'une carte de crédit est légale, prévoit des dispositions expresses pour la sollicitation sur le crédit. En effet, la sollicitation doit inclure le taux d'intérêt, les frais non liés aux intérêts à payer, la somme payable par l'emprunteur ou la méthode pour la calculer et le délai de grâce consenti⁵⁹.

Au Manitoba, toute sollicitation doit inclure le taux d'intérêt, la durée du crédit, les autres frais en vigueur et, si le crédit est associé à un bien, le prix du bien⁶⁰. De plus, ces informations doivent être mises en évidence. Si, dans une publicité, on indique qu'il n'y a pas de frais d'intérêt, il faut également indiquer les intérêts à payer en cas de défaut de paiement⁶¹. En cas de non-respect de cette obligation, le consommateur n'a pas d'intérêt à payer durant la période où il était en défaut. Dans une publicité où on mentionne les intérêts demandés dans un contrat à découvert⁶², on doit préciser le TAP et les autres frais⁶³.

La loi de la Saskatchewan prévoit des obligations similaires à la loi du Manitoba⁶⁴. Cependant, elle va plus loin en indiquant que, dans la publicité d'un crédit pour l'achat d'un bien, le marchand doit non seulement mentionner le prix du bien, mais aussi le coût total que le consommateur aura à payer en utilisant du crédit. Par contre, cette obligation ne s'applique pas pour la publicité faite à la radio, à télévision et sur un médium à espace restreint.

En Alberta, la loi est également silencieuse quant à ce type d'incitation au crédit. Par contre, elle indique que si un commerçant fait de la publicité, l'information liée à la divulgation du coût du crédit doit être lisible et conforme au règlement⁶⁵. La loi de la Colombie-Britannique a incorporé textuellement les exigences relativement à la publicité sur le crédit de l'accord d'harmonisation.

⁵⁷ Article 81 à 86 Règlement d'application de la loi sur la protection du consommateur, RLRQ, c p-40.1, r. 3 (ci-après RALPC)

⁵⁸ Art. 245 LPC

⁵⁹ Art 77 LO-2002

⁶⁰ Art 34.2 et ss. CPLM

⁶¹ Art 13 CPLM

⁶² Art 1 CPLM Définition de contrat d'avance à découvert : contrat de crédit, qui, à la fois :

- a) Prévoit des avances multiples, lesquelles sont consenties à la demande de l'emprunteur
- b) Ne fixe pas le montant maximal à avancer à l'emprunteur dans le cadre du contrat, bien qu'il puisse y avoir une limite de crédit (open-crédit)

⁶³ Art. 13, 14 et 35 CPLM

⁶⁴ Art. 17, 30, 31, 39 et 40 Cost of Credit Disclosure Act, 2002, SS 2002, c C-41.01 (ci-après CCDA-SS)

⁶⁵ Art. 62, 76 et 83 FTA et Art 6,7 et 12 Cost of Credit Disclosure Regulation, Alta Reg 198\1999 12 (ci-après CCDA-Alta)

De plus, cette loi est similaire à celle de la Saskatchewan en ce qui concerne les exigences supplémentaires⁶⁶. La loi du Nouveau-Brunswick est également similaire⁶⁷.

La loi de la Nouvelle-Écosse est similaire aux lois de ses homologues provinciaux, mais elle précise que toute publicité, incluant celle à la radio ou à la télévision, doit inclure le TAP⁶⁸. Alors que la loi d'harmonisation prévoit que les publicités à la radio et à la télévision peuvent omettre le coût total d'emprunt, la loi de l'Île-du-Prince-Édouard est très similaire à celle de la Nouvelle-Écosse notamment quant à l'obligation d'indiquer le TAP⁶⁹. La loi de Terre-Neuve-et-Labrador est très similaire à celle de la Saskatchewan et du Manitoba. Elle incorpore également les normes prescrites dans l'accord d'harmonisation⁷⁰.

Les lois du Yukon et du Nunavut, bien que moins précises, semblent se conformer aux principes établis dans l'accord d'harmonisation⁷¹. La loi sur la protection du consommateur des Territoires-du-Nord-Ouest (LRTN-O) incorpore les règles de l'accord d'harmonisation. De plus, elle mentionne que, lorsque le TAP doit être divulgué, ce dernier doit l'être tant par écrit ou laisser entendre que dans via les médias électroniques⁷².

En conclusion, les règles de publicités des provinces sont similaires en matière de divulgation de crédit dans la publicité. Certaines provinces vont plus loin sur certains points; les consommateurs qui y résident reçoivent plus d'information sur le crédit à la consommation.

2.4.2 Résolution de contrat

L'accord d'harmonisation ne mentionne pas la possibilité de résilier le contrat et n'accorde pas de délai de réflexion. Par contre, il prévoit qu'il est possible de demander l'annulation des services optionnels moyennant un préavis d'un mois. Certaines provinces ont incorporé dans leurs lois la possibilité d'annuler, sans motif, un contrat de crédit dans un délai rapproché de la signature d'un contrat. De plus, en cas de non-respect des lois ou dans certaines autres circonstances, les provinces prévoient l'annulation du contrat.

Ainsi, au Québec, un contrat de prêt d'argent et un contrat assorti d'un crédit peuvent être résolus sans frais ni pénalité, à la discrétion du consommateur, dans les deux jours après que chacune des parties soit en possession d'un double du contrat⁷³.

En Ontario, le consommateur peut résilier, en tout temps et sans aucun motif, une convention de courtage en prêts⁷⁴, de redressement de crédit, de fourniture de marchandises ou de services

⁶⁶ Art 60 et ss. BPCPA-BC

⁶⁷ Art 17, 30, 31, 38 40 *Loi sur la communication du coût de crédit* LN-B 2002, c C-28.3 (ci-après LCCC-NB)

⁶⁸ Art. 20 CPA-NS, version in force since May 2013

⁶⁹ Art 16 et 20 Consumer Protection Act, RSPEI 1988 c. C-19 (ci-après CPA-PEI)

⁷⁰ Art 58, 59 et 66 CPBPA-NL

⁷¹ Art 26 et 27 *Loi sur la protection du consommateur* (ci-après LPC-LRY), LRY 2002, c -40 et Art 37 et 38 *Loi sur la Protection du Consommateur, LRTN-O (Nu)* 1988 c. C-17 (ci-après LPC-LRTN (nu))

⁷² Art 22 et 29 *Loi sur la communication du coût de crédit, LNT-O 2011 c.23* (ci-après LCCC-TNO)

⁷³ Art. 73 LPC

⁷⁴ Services ou marchandises qui visent à aider le consommateur à obtenir du crédit ou un prêt, y compris du courtier en prêts qui les lui fournit, Art 1 LPC-O

prescrits, cela à compter du jour où il a conclu un contrat et jusqu'à 10 jours après qu'il en ait reçu une copie⁷⁵.

En Nouvelle-Écosse, le consommateur peut annuler un prêt sur salaire avant la fin de la journée suivant celle où il a reçu ce prêt et 48 heures suivant la réception d'une avance de fond⁷⁶. Il peut aussi annuler tout contrat de vente par Internet dans les sept jours de la réception d'une copie du contrat et, s'il n'a pas reçu de copie du contrat, dans les 30 jours suivant la date du contrat⁷⁷. En Alberta, un contrat de vente directe au sens de l'article 24 du Fair Trading Act (FTA) peut être annulé pour toute raison dans les 10 jours⁷⁸. Par ailleurs, le consommateur dispose d'un délai de 30 jours pour demander l'annulation de services optionnels⁷⁹.

En Colombie-Britannique, la loi prévoit qu'un consommateur peut annuler une transaction de vente directe dans les dix jours suivant l'achat⁸⁰. Le consommateur peut également annuler un contrat à exécution successive et un contrat de vacances à temps partagé dans les dix jours⁸¹. Un consommateur peut annuler un contrat de vente à distance dans les sept jours après avoir reçu une copie du contrat ou dans les 30 jours suivant l'achat s'il n'a pas reçu de copie du contrat⁸². Par contre, en matière de crédit, les consommateurs ne peuvent qu'annuler des contrats en matière de services optionnels au sens de l'accord d'harmonisation. De plus, un consommateur peut annuler un prêt sur salaire avant la fin de la journée lorsqu'il a contracté le prêt⁸³.

La loi de Terre-Neuve-et-Labrador permet l'annulation d'un contrat de vente directe dans les 10 jours ou, si les modalités n'ont pas été respectées, dans un délai d'un an⁸⁴. Un consommateur peut annuler un contrat de service en tout temps⁸⁵. Par contre, en matière de crédit, la loi prévoit seulement l'annulation des services optionnels au sens de l'accord d'harmonisation⁸⁶.

La loi sur la protection des consommateurs des Territoires-du-Nord-Ouest prévoit qu'un consommateur peut, dans les 10 jours suivant la réception du contrat, annuler le contrat dans le cas d'une vente directe. Elle indique que, dans ce cas, toute obligation liée au crédit est également annulée⁸⁷. De plus, la Loi sur la communication du coût de crédit prévoit aussi l'annulation des services optionnels au sens de l'accord d'harmonisation⁸⁸.

⁷⁵ Art 51 (1) LO-2002

⁷⁶ Art 18 (Q) (1) (2) CPA-NS

⁷⁷ Art 6. Internet Contract Regulation, NS Reg 91 /2002

⁷⁸ Art 27 FTA

⁷⁹ Art 67 FTA

⁸⁰ Art 21 BPCPA-BC

⁸¹ Art 25 BC-BPCPA

⁸² Art 49 BPCPA

⁸³ Art 112.05 BPCPA

⁸⁴ Art 26 CPBPA-NL

⁸⁵ Art 35.7 CPBPA-NL

⁸⁶ Art 51 CPBPA-NL

⁸⁷ Art 76 et 78 (2) LPC-LRTN-O

⁸⁸ Art 13 LCCC-LRTN-O

Au Nunavut et au Yukon, il est permis d'annuler un contrat de vente directe, avant la fin de la journée de l'achat ainsi que le lendemain⁸⁹. Il n'y a aucune mention quant à l'annulation d'un contrat de crédit y étant assorti.

Les lois de la Saskatchewan et du Nouveau-Brunswick sont silencieuses quant à l'annulation des contrats de crédit et des contrats de vente à tempérament.

2.4.3 Droit de payer avant échéance

L'accord d'harmonisation prévoit, sauf dans le cas d'un prêt hypothécaire⁹⁰, qu'un consommateur peut faire le remboursement anticipé d'un prêt sans frais ni pénalité. Lorsque le prêt est remboursé intégralement avant échéance, le consommateur profite d'un remboursement des frais autre que l'intérêt; celui-ci est proportionnel au terme du prêt⁹¹. L'accord d'harmonisation prévoit également la possibilité de faire un paiement partiel anticipé. La très grande majorité des provinces ont assimilé ces principes dans leurs lois vouées à la protection des consommateurs.

Au Québec, un consommateur peut payer en tout ou en partie son obligation avant échéance⁹². Le solde dû est alors égal à la somme du solde du capital net et des frais de crédit calculés conformément à l'article 91.

En Ontario, l'emprunteur peut faire un paiement total ou partiel avant l'échéance prévue au contrat. Si le consommateur rembourse son prêt en entier, le commerçant doit lui remettre les intérêts calculés sur l'ensemble des coûts d'emprunts, sauf si des intérêts sont ajoutés à la convention (art. 76 (2) LO-2002). Si le consommateur fait un paiement partiel, il n'aura pas le droit au remboursement de crédit prévu à l'article 76.2.⁹³

La situation est presque identique en Alberta, en Saskatchewan, en Colombie Britannique, au Manitoba, au Nouveau-Brunswick, à Terre-Neuve-et-Labrador ainsi que dans les Territoire du Nord-Ouest⁹⁴. La situation est similaire à certains égards en Nouvelle-Écosse, sauf que la loi ne prévoit que les cas où la dette est payée en entier et non en partie.⁹⁵

Le Yukon et le Nunavut prévoient également la possibilité, pour le consommateur, de payer l'entièreté de sa dette avant échéance. Les lois diffèrent dans ces deux territoires puisque la loi prévoit une somme retenue lors du remboursement. Cette somme ne peut dépasser 10 \$⁹⁶.

⁸⁹ Art 77.2 LPC-LRTN (Nu) et Art. 61 LPC-LRY

⁹⁰ Dans le cas d'un prêt hypothécaire, il y a des frais et des pénalités.

⁹¹ Accord relatif à l'harmonisation des lois sur la divulgation du coût de crédit au Canada, *supra* note 53

⁹² Art 93 et 91 LPC

⁹³ Art 76 (2) (4) et (5) LO 2002.

⁹⁴ Art 68 FTA, Art. 17 CCDA-SS, Art 74 CPBPA-BC, Art 18-20 CPLM, c C200, Art 23, Art 23 LCCC-NB, Art 52 CPBPA-NL et Art 14 LCC-TNO

⁹⁵ Art 19 Consumer Protection Act, RSNS 1989, c 92, version in force since May 2013

⁹⁶ Art 28 (1)-(3) Loi sur la protection du consommateur, LRY 2002, c -40 et Art. 39 (1)-(3) Loi sur la Protection du Consommateur, LRTN-O (Nu) 1988 c. C-17

2.4.4 Obligation d'assurance

Certaines provinces ont légiféré quant à l'obligation de souscrire à une assurance lors de l'obtention d'un contrat de crédit.

Au Québec, un consommateur peut être contraint de souscrire à une assurance lorsqu'il signe un contrat de prêt, mais n'est pas obligé de prendre l'assurance proposée par le commerçant. Il peut remplir cette condition en optant pour une autre assurance ou en utilisant une assurance qu'il détient déjà⁹⁷. Par contre, pour des motifs raisonnables, le commerçant peut refuser l'assureur choisi par le consommateur. Toutefois, si l'assureur a un permis délivré par l'Autorité des marchés financiers et que la couverture correspond au contrat, le commerçant ne pourra pas refuser⁹⁸.

En Ontario, l'emprunteur qui, aux termes d'une convention de crédit, est tenu de souscrire à une assurance, peut le faire via tout assureur pouvant fournir ce type d'assurance. Par contre, le prêteur a le droit de refuser, pour des motifs raisonnables, l'assureur choisi par l'emprunteur⁹⁹.

La loi albertaine est identique quant au choix de l'assureur. Par contre, dans cette province, un créancier peut agir en tant qu'intermédiaire et souscrire une assurance pour le débiteur. Le créancier doit alors divulguer ce fait et indiquer que le débiteur peut choisir sa propre compagnie d'assurance¹⁰⁰.

Les lois de la Colombie-Britannique, du Manitoba, de la Saskatchewan, du Nouveau-Brunswick, de l'Île-du-Prince-Édouard, de Terre-Neuve-et-Labrador et du Territoire-du-Nord-Ouest sont similaires à celle de l'Alberta¹⁰¹. Alors que les lois respectives de la Nouvelle-Écosse, de l'Île-du-Prince-Édouard, du Yukon et du Nunavut sont complètement silencieuses quant à l'assurance¹⁰².

2.4.5 Émission non sollicitée de carte de crédit

L'une des plus grandes distinctions entre les provinces concerne l'émission de cartes non sollicitées qui sont permises à certaines conditions en Ontario, encadrées de manière très stricte en Nouvelle-Écosse et interdite ailleurs au Canada.

En Ontario, l'article 68 de la LO-2002 énonce que le consommateur qui reçoit une carte de crédit d'un émetteur de carte de crédit sans en avoir fait la demande ou sans avoir signé de formulaire de demande est réputé avoir conclu une convention de crédit avec l'émetteur à l'égard de la carte lorsqu'il l'utilise pour la première fois¹⁰³.

⁹⁷ Art 111 et ss. LPC

⁹⁸ Nicole L'HEUREUX et Marc LACOURSIÈRE, *supra* note 41 pages 216 et 217

⁹⁹ Art 72 (1) LO-2002

¹⁰⁰ Art 66 (1) (2) FTA

¹⁰¹ Art 71 BPCPA-BC, Art. 21 CPLM, CCDA-SS, Art 21 (1) (2) LCCC-NB, Art 50 (1) (2) CPBPA-NL, CPA-PEI et Art 12 (1) (2) Loi sur la communication du coût de crédit, LNT-O 2011 c.23

¹⁰² LPC-LRY et LPC-LRTN-O (Nu) 1988 c. C-17

¹⁰³ Art 68 LO-2002

Depuis 2013, la loi de la Nouvelle-Écosse énonce qu'un consommateur n'a aucune obligation légale à l'égard d'une carte de crédit qu'il n'a pas demandée ou qu'il n'a pas acceptée par écrit. La loi prévoit que la personne dont le nom est écrit sur la carte de crédit est présumée avoir accepté par écrit cette carte quand elle l'utilise pour se procurer du crédit. Par contre, la loi énonce que la personne qui reçoit une carte de crédit sans l'avoir demandée, sans l'avoir acceptée par écrit et sans l'avoir utilisée n'a aucune obligation légale à l'égard de son utilisation ou de sa disposition¹⁰⁴.

Nous croyons que l'intention du législateur est de limiter l'émission non sollicitée de carte de crédit et de protéger les consommateurs. Généralement, les lois en matière de protection du consommateur sont interprétées de façons libérales.

Dans une décision de la Cour supérieure de l'Ontario, il a été conclu que, lorsque le consommateur est le destinataire du crédit et qu'il l'utilise, il est considéré comme ayant accepté les termes du contrat¹⁰⁵.

Les autres provinces et les Territoires du Nord-Ouest ont interdit l'émission de cartes de crédit non sollicitées, sauf en cas de remplacement ou de renouvellement¹⁰⁶. Le Yukon et le Nunavut semblent interdire l'émission non sollicitée de carte de crédit, sans nécessairement l'exclure explicitement. En effet, au Yukon, l'article 12 (1) de la Loi sur la protection du consommateur (LPC-LRY) énonce que tout octroi de crédit variable par un fournisseur de crédit est régi par une convention principale, laquelle est signée par l'emprunteur avant que le crédit variable ne lui soit consenti pour la première fois. Cela a pour effet d'empêcher l'octroi de crédit avant qu'une convention de crédit ne soit signée. Ici aussi, le législateur semble donc intervenir pour empêcher un émetteur d'envoyer une carte de crédit au domicile du consommateur qui n'en a pas fait la demande¹⁰⁷. Cette situation est la même au Nunavut.

2.4.6 Modification unilatérale des conditions carte de crédit

Les provinces ont choisi de gérer différemment les modifications de contrats effectuées par l'émetteur. Ainsi, deux provinces, le Québec et la Nouvelle-Écosse, les restreignent.

Au Québec, certaines informations doivent figurer au contrat de crédit variable; il s'agit notamment de la limite de crédit, des frais d'adhésion ou de renouvellement, de la durée de chaque période pour laquelle un état de compte est fourni, du paiement minimum requis et du délai de grâce avant lequel les intérêts ne peuvent courir. Dans la loi, on mentionne également qu'un tableau d'exemples illustrant les frais de crédit doit être présent¹⁰⁸. Le commerçant n'a pas le droit de modifier unilatéralement les termes du contrat de crédit sauf en ce qui a trait aux

¹⁰⁴ Art 23 (1)-(5) CPA-NS

¹⁰⁵ *Bank of Montreal c. Demakos*, 31 O.R. (3rd) 757.

¹⁰⁶ Art 96 BPCPA-BC, Art 88 (3) FTA, Art 35.1 (2) CCDA-SS, Art 35.4 (1) (2) CPLM (Dans cette loi, le législateur a prévu un renversement de fardeau, ce qui implique que c'est à l'émetteur de la carte de crédit qui a le fardeau de prouver l'article), Art 120 LPC, Art 43 LCCC-NB, Art 17 CPA-PEI, Art 71 CPBPA-NL et Art 32 LCCC-TNO

¹⁰⁷ LPC-LRY

¹⁰⁸ Art 126 LPC et Art 85 R.A.L.P.C.

frais d'adhésion et au taux de crédit¹⁰⁹. De plus, la limite de crédit ne peut être augmentée que si le titulaire de la carte en fait la demande¹¹⁰.

La loi de la Nouvelle-Écosse (CPA-NS) énonce qu'un recours ne peut être intenté contre un consommateur pour une extension du crédit, à moins que le consommateur n'en ait fait expressément la demande. De plus, un prêteur ne peut faire une avance de fonds sans que l'emprunteur en ait fait la demande. Le libellé de cet article est assez large qu'il semble inclure, non seulement les demandes initiales, mais aussi les augmentations de crédit en cour de route¹¹¹.

Certaines provinces permettent des modifications unilatérales du contrat de crédit. En Ontario, le législateur classe les modifications en deux types : celles qui doivent être divulguées au consommateur 30 jours avant leur mise en vigueur¹¹² – il s'agit notamment de la modification du taux d'intérêt – et celles qui doivent être divulguées au consommateur 30 jours suivant leur mise en vigueur – il s'agit notamment de la modification de la limite de crédit, de la baisse du taux annuel payable et de la prolongation du délai de grâce.

Au Manitoba, la loi a été modifiée pour incorporer les principes se trouvant dans l'accord d'harmonisation. La loi de cette province est similaire à celle de l'Ontario. Elle prévoit que les modifications aux contrats doivent être dénoncées trente jours avant leur entrée en vigueur. Par contre, certains changements doivent être divulgués subséquemment dans l'état de compte, sauf lorsqu'il s'agit d'une modification de la limite de crédit, d'une diminution du taux d'intérêt ou des autres frais, d'une augmentation de la durée de la période sans intérêt ou du délai de grâce, et de la modification du taux d'intérêt variable¹¹³.

Les lois sont similaires en Saskatchewan, en Alberta, en Colombie-Britannique, au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve-et-Labrador. Par contre, cette information doit se retrouver sur le relevé de compte subséquent au changement¹¹⁴. Les lois de ces mêmes provinces ainsi que celle du Territoire du Nord-Ouest prévoient certains changements unilatéraux aux contrats de crédit qui doivent être divulgué au consommateur lors du prochain état de compte (il s'agit des changements liés à une diminution du taux d'intérêt ou de tout autre frais, d'une augmentation de la durée de la période sans intérêt ou du délai de grâce ou encore d'une modification d'un taux). Les lois de l'Île-du-Prince-Édouard, du Yukon et du Nunavut sont silencieuses.

¹⁰⁹ Art 98 LPC

¹¹⁰ Art 128 LPC

¹¹¹ Art 23 (4) et 24CPA-NS

¹¹² Art 69 et 81 LO-2002

¹¹³ La Saskatchewan (Art. 37 (3) (a) CCDA-SS l'Alberta (Art. 88 (3) FTA, la Colombie-Britannique (Art.98 (2) (a) (i) BPCPA-BC, le Nouveau-Brunswick (Art. Art. 45 (2) (a) (i) LCCC-NB et Terre-Neuve-et-Labrador (Art 73 (2) (a) (i) CPBPA-NL

¹¹⁴ La Saskatchewan (Art. Art. 37 (3) (a) CCDA-SS, l'Alberta Art. 88 (3) FTA, la Colombie Britannique (Art.98 (2) (a) (i) BPCPA-BC), le Nouveau-Brunswick (Art. 45 (2) (a) (i) LCCC Ibid et Terre-Neuve-et-Labrador (Art. 73 (2) (a) (i) CPBPA-NL,

2.4.7 Conséquence et déroulement à la suite d'un défaut d'acquitter ses obligations

L'accord d'harmonisation prévoit que seuls les frais suivants peuvent être exigés en cas de défaut de l'emprunteur : les frais demandés lorsqu'un chèque est sans provision, les frais judiciaires raisonnables engagés à des fins de recouvrement (fructueux ou non) et les frais raisonnables engagés afin de réaliser la sûreté sur un prêt ou de protéger cette sûreté après la saisie du prêteur¹¹⁵.

Les provinces ont généralement incorporé ces dispositions à même leurs lois sur la protection du consommateur. L'Alberta l'a fait en reprenant textuellement les termes de l'accord d'harmonisation¹¹⁶. D'autres l'ont fait en y intégrant les grandes lignes de cet accord.

Par contre, la loi de la Nouvelle-Écosse est muette quant aux frais exigés en cas de défaut du consommateur d'acquitter ses obligations et ne semble pas inclure les dispositions prévues à l'accord d'harmonisation.

Les dispositions de l'accord d'harmonisation n'ont pas non plus été intégrées à la loi québécoise. En effet, la Loi sur la protection du consommateur du Québec (LPC) ne mentionne que les frais liés à la vente à tempérament; elle explique également comment remédier à un défaut lors de l'exécution d'une déchéance de bénéfice du terme. Les seuls frais qui peuvent être demandés sont les frais de crédit et ces frais doivent être calculés dans le taux de crédit¹¹⁷.

Les lois du Yukon et du Nunavut ne mentionnent pas les éléments précis de l'accord d'harmonisation. Par contre, elles restreignent les frais qui peuvent être demandés lorsque le consommateur est en défaut. Conséquemment, au Yukon, un consommateur peut échapper à la déchéance du bénéfice du terme s'il acquitte les frais mentionnés dans la loi.

2.4.8 Défaut d'acquitter ses obligations dans le cas d'une vente à tempérament

La vente à tempérament est un contrat assorti d'un crédit par lequel le commerçant vend un bien à un consommateur, se réservant la propriété du bien jusqu'à exécution, par ce dernier, de son obligation, en tout ou en partie¹¹⁸.

Au Québec, le commerçant peut utiliser les recours prévus à l'article 138 de la LPC en cas de défaut du consommateur. Cependant, il doit envoyer un avis préalable tel que prévu à l'article 139 et à l'annexe 6 de la LPC. Cet avis donne 30 jours au consommateur pour remédier

¹¹⁵ L'accord relatif à l'harmonisation des lois sur la divulgation du coût de crédit, *supra* note 53

¹¹⁶ L'Alberta (Art. 69 FTA), la Colombie Britannique (Art. 75 BPCPA), le Manitoba (Art 33.1 L.P.C.), le Nouveau-Brunswick (Art. 24 (1) LCCC), l'Île-du-Prince-Édouard (CBDR), Terre-Neuve-et-Labrador (Art. 53 CPBP, le Territoire du Nord-Ouest (Art 15 CDA)

¹¹⁷ Articles 60, 70, 71, 72, 81 83, 91 et 92

¹¹⁸ Art 132 LPC

au défaut ou remettre le bien¹¹⁹. Le commerçant ne bénéficie d'un droit de reprise qu'après l'expiration d'un délai de 30 jours¹²⁰.

En vertu des articles 140 et 142 de la LPC, lorsque le consommateur a acquitté la moitié de son obligation totale, le commerçant ne peut exercer son droit de reprise à moins d'avoir obtenu la permission du tribunal. L'un des recours prévus à l'article 138 de la LPC est la perte de déchéance du bénéfice du terme. Avant de pouvoir l'invoquer, le commerçant doit faire parvenir au consommateur un avis et un état de compte¹²¹. L'avis doit rencontrer les obligations prévues à la loi¹²². Le consommateur peut remédier à son défaut dans les 30 jours qui suivent la réception de cet avis¹²³. Le commerçant ne peut exercer son droit de reprise avant l'expiration de ce délai de 30 jours¹²⁴. Si le consommateur remet volontairement le bien au commerçant, l'obligation entre les parties s'éteint¹²⁵. Si le consommateur a acquitté au moins la moitié de la somme de l'obligation totale, le commerçant ne peut exercer son droit de reprise qu'après avoir reçu l'autorisation du tribunal¹²⁶.

En Ontario, l'article 21 (1) de la LO-2002 prévoit des dispositions précises quant aux conventions à exécution différée. La loi définit ce type de convention comme étant celle où le consommateur doit éventuellement faire un paiement total, à l'exclusion des frais d'intérêt. De plus, sauf autorisation accordée par la Cour supérieure, la clause d'une convention à exécution différée ou d'un contrat de sûreté lui étant accessoire est non exécutoire si le débiteur a versé au moins les deux tiers du paiement fixé¹²⁷.

Au Manitoba, les clauses de déchéance du bénéfice du terme sont permises. Pour exercer ce droit, un avis doit être envoyé au consommateur. Le consommateur peut remédier à son défaut en versant la somme due avant l'expiration du délai. S'il s'exécute avant ou pendant la saisie, il peut obtenir un sursis. S'il reste moins de 25 % de la somme à payer, le commerçant ne peut effectuer de saisie qu'avec l'autorisation du tribunal à moins que le consommateur consente par écrit à la reprise du bien¹²⁸.

Les lois des territoires prévoient la vente à tempérament ainsi que la déchéance du bénéfice du terme. La loi fait une distinction entre un défaut avec saisie et un défaut sans saisie. S'il n'y a pas eu de saisie, l'acheteur peut remédier à son défaut en payant les arrérages¹²⁹. En cas de saisie, les biens peuvent être gardés pendant 20 jours avant d'être vendus. Le consommateur peut remédier à son défaut et éviter la déchéance du bénéfice du terme s'il paie les arrérages à l'intérieur de ce délai¹³⁰.

¹¹⁹ Art 140 LPC

¹²⁰ Art 140a12 LPC

¹²¹ Art 105 LPC

¹²² Art, 139 LPC

¹²³ Art. 140 LPC

¹²⁴ Art. 140 LPC

¹²⁵ Art. 141 LPC

¹²⁶ Ar. 142 LPC

¹²⁷ Article 21 (1) et 25 (1) LO-2002

¹²⁸ Art 44 (1) CPLM

¹²⁹ Art. 33 (2) (b) 46 (1) LPC-LRY, 44 (2) (b), 57 et 58 LP-LRTN-O 1988 c.C-17 44(2) (b), 57 et 58 LPC –LPC-LRTNO

¹³⁰ 46 (3) Y L.P.C., 57 (3) TNW LPC et 57 (3) TNW (Nu) L.P.C,

La situation se complique dans le cas où il y a eu une saisie (celle-ci peut se faire en cas de bris de différentes conditions du contrat¹³¹). Dans les 48 heures après la saisie, le vendeur doit aviser le consommateur de la raison de cette saisie. Il doit aussi lui dire où sont situés les biens et comment remédier à son défaut. Si l'acheteur remédie à son défaut dans le délai prévu, la déchéance du bénéfice du terme lui est inopposable. Par contre, s'il fournit un consentement écrit, le vendeur peut vendre les biens avant l'expiration du délai de 20 jours¹³².

Les dispositions mentionnées ci-dessus semblent moins protectrices que celles des provinces en matière de saisie et de la déchéance de bénéfice du terme. Par contre, elles sont protectrices en matière d'autorisation du tribunal. En effet, elles prévoient que, si le solde dû sur le bien représente moins de 25 %, le vendeur ne peut saisir le bien qu'avec l'autorisation du tribunal ou le consentement écrit de l'acheteur¹³³.

La Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan et Terre-Neuves-et-Labrador ne prévoient pas l'intervention du tribunal dans le cas où le bien est repris à la suite de l'exécution d'une clause de déchéance du bénéfice du terme, et ce, même si une grande partie du bien a déjà été payée. Par contre, ces lois prévoient toutes un délai de 10 jours à la suite de l'envoi de l'avis afin de permettre au consommateur de remédier à son défaut ce qui empêche l'exécution de la clause de déchéance du bénéfice du terme¹³⁴.

Enfin, les lois du Nouveau-Brunswick, de la Nouvelle-Écosse et de l'Île-du-Prince-Édouard sont silencieuses quant à la vente à tempérament, la déchéance du bénéfice du terme, l'envoi d'avis, la possibilité de remédier à son défaut ainsi que l'intervention du tribunal.

2.4.9 Stipulation interdite

Certaines provinces ont ajouté des dispositions dans leurs lois afin de favoriser la liberté des consommateurs dans un contexte de vente à tempérament. En effet, le Québec et les territoires interdisent explicitement les clauses qui empêchent les consommateurs de déplacer le bien à l'extérieur de leur province ou de leur territoire.¹³⁵

2.5. Les résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de crédit à la consommation

Dans le cadre de ce sondage, nous voulions notamment savoir si les consommateurs savent que certains domaines de droit ont été harmonisés. Nous avons donc posé aux répondants des questions spécifiques sur la divulgation du coût de crédit et sur les pratiques interdites des agences de recouvrements. Nous leur avons également demandé leur avis sur divers sujets telle l'importance de l'harmonisation.

¹³¹ Art 47 (1) (3) Yukon L.P.C., Art 58 LPC-TNO et Art 58 LPC-TNO (Nu)

¹³² 46 (3) Y.L.P.C., 57 (3) TNW LPC et 57 (3) TNW (Nu) L.P.C.,

¹³³ Art 49 Y.L.P.C., Art 60 LPC TNW et Art 60 LPC (Nu)

¹³⁴ CCDA-SS, Art 71 FTA la Colombie Britannique (Art. 98 (2) (a) (i), Art. 45 (2) (a) (i) BPCPA- et 77, Art 54 (3) CPBPA-NL et, LPC-LRTN-O

¹³⁵ Art. 136 LPC, Art 52 LPC-LRY, Art 63 LPC-LRTN-O et Art 62 LPC-TRTN- (nu)

Les participants ont été interrogés sur leur compréhension quant au crédit à la consommation. Ce dernier est défini dans le sondage comme étant « tout financement lié à l'achat ou à la location d'un bien par un commerçant et non le crédit octroyé directement par une institution financière, telle que les cartes de crédit, les hypothèques, les prêts personnels et les marges de crédit ».

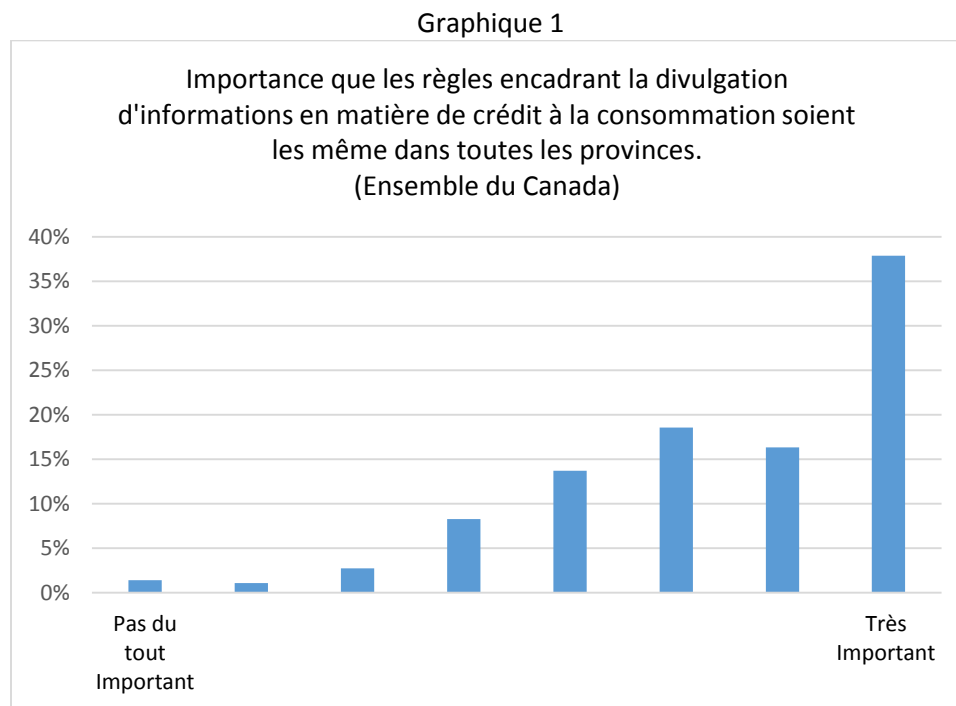
La plupart des consommateurs canadiens estiment avoir une bonne ou très bonne compréhension des règles (44, 7 %). Une bonne proportion d'entre eux estime avoir une connaissance moyenne des règles (36,9 %). Enfin, seulement 17,4 % d'entre eux estiment avoir une compréhension faible ou nulle des règles.

Par la suite, nous leur avons demandé si les règles encadrant les informations à fournir au consommateur en matière de crédit à la consommation sont les mêmes dans toutes les provinces. Une majorité des répondants (51,3 %) a indiqué que les normes en matière de divulgation du coût de crédit y sont différentes. Par contre, il y a une variation statistique variable entre les régions. En effet, au Québec, 67,8 % des répondants disent que les règles sont différentes alors que seulement 46,2 % des répondants des Prairies croient que c'est le cas. Par ailleurs, un grand nombre des répondants (38,7 %) disent ne pas connaître la réponse. Cette proportion est encore plus grande dans les Maritimes (49,7 %).

Nous avons aussi demandé aux consommateurs s'ils trouvaient important que les règles encadrant la divulgation du coût de crédit soient les mêmes dans toutes les provinces. Les Canadiens croient que les mêmes règles devraient s'appliquer partout au Canada. Ainsi, à la question « Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas du tout important et 8 étant très important, pensez-vous qu'il est important que les règles encadrant la divulgation d'informations en matières de crédit à la consommation soient les mêmes dans toutes les provinces », la grande majorité indique qu'il est en effet important d'avoir les mêmes règles. La moyenne obtenue est de 6,42 sur 8 (score de 80,25 %). On retrouve même 38 % des répondants qui affirment qu'il est très important que ce soient les mêmes règles dans toutes les provinces. Notre expert a effectué une ANOVA¹³⁶ à un indicateur afin de vérifier s'il existe une différence de moyenne entre les provinces. Nous avons obtenu un résultat non significatif, $F(9, 2033) 0,902 p = ,518$.

¹³⁶ L'Analyse de Variance (ANOVA) sert essentiellement à valider s'il existe une différence statistique entre les moyennes. Ici, un résultat non significatif indique qu'il n'y a pas de différence au niveau des moyennes entre les différentes provinces et que nous pouvons conclure que toutes les provinces indiquent de façon similaire qu'il est important d'avoir les mêmes règles.

Le graphique qui suit montre la répartition des réponses pour l'ensemble des répondants.¹³⁷



Par ailleurs, nous voulions connaître les connaissances des répondants en ce qui a trait aux conséquences d'un défaut de paiement lorsque le crédit a été contracté dans une autre province. La première question était la suivante : si vous achetez un bien dans une autre province, concluez une entente de crédit avec un marchand et êtes incapable de faire régulièrement vos paiements, cela affectera-t-il votre dossier de crédit? La majorité des répondants ont dit que cela affecterait leur dossier de crédit (75 %). Cependant, il y a une disparité statistiquement significative entre les régions. En effet, 4,4 % des Québécois croient que cela n'a pas de conséquences alors que 12,1 % des Ontariens pensent la même chose.

La deuxième question visait les agences de recouvrement. Les résultats du sondage démontrent que les consommateurs de toutes les régions canadiennes ne savent pas si les règles régissant la conduite des agences de recouvrements sont les mêmes partout au Canada – c'est le cas de près de la moitié des répondants (49,5 %). Par ailleurs, 26,3 % des répondants croient que, oui, les règles sont les mêmes partout au Canada alors que 24,2 % croient que, non, elles ne le sont pas.

En somme, notre sondage démontre que la majorité des consommateurs ne sait pas que les règles encadrant la divulgation de crédit et les pratiques interdites en matière d'agence de

¹³⁷ Nous avons observé sensiblement les mêmes résultats pour les autres questions du type 1 à 8 sauf pour la question 30 qui porte sur les téléphones cellulaires. Nous aurons l'occasion d'y revenir dans la section sur les cellulaires.

recouvrement ont été harmonisées. Il démontre également que la majorité des consommateurs souhaite une harmonisation à ce sujet.

3. Les garanties légales

La production massive de biens de consommation augmente l'incidence des défauts de fabrication. Le consommateur qui investit un montant, souvent considérable, dans l'achat d'un bien durable subit une perte importante si ce bien est affecté d'un vice le rendant inutilisable¹³⁸. Dans ce contexte, il est difficilement tolérable que ce consommateur malchanceux en supporte la perte. La garantie légale est donc très importante¹³⁹.

Certaines règles visent à empêcher que des biens défectueux soient mis sur le marché. Par contre, ces dernières sont insuffisantes si elles ne sont pas complétées par des règles permettant au consommateur de faire valoir ses droits. Il est normal qu'en raison de la complexité et de la variété des biens offerts sur le marché, le fabricant, qui en assure la conception, selon ses propres normes, en assume aussi la responsabilité¹⁴⁰.

Au Québec, les garanties légales sont régies par le Code civil (CcQ) et la loi sur la protection du consommateur (LPC). Les autres provinces sont régies par la common law et, en matière de garanties, elles sont régies par le Sales of Good Act (SGA)¹⁴¹. Par contre, certaines provinces ont légiféré de façon à donner plus de protection aux consommateurs dans leur loi sur la protection du consommateur.

3.1 Les problèmes identifiés par les experts

Nos experts sont préoccupés par la compréhension des consommateurs à l'égard des garanties légales et par leurs capacités à faire valoir leur droit, et ce, particulièrement lorsqu'un consommateur fait affaire avec un commerçant situé dans une autre province ou état. Mais leur point de vue n'est pas le même selon qu'ils viennent d'une juridiction civiliste (le Québec) ou d'une juridiction de common law (les autres provinces).

En effet, les premiers s'inquiètent parce qu'ils croient que, lorsqu'un consommateur fait des achats dans une autre province que le Québec, il est moins bien protégé. Les seconds se demandent si les SGA de chaque province, qui sont harmonisées, protègent adéquatement les consommateurs.

Certains experts croient que tous les Canadiens sont protégés de façon similaire en raison des SGA alors que d'autres voudraient qu'ils soient mieux protégés. Parmi ces derniers, certains trouvent difficile de leur accorder une meilleure protection alors que d'autres n'y voient aucune difficulté. Ces derniers proviennent surtout de juridiction où d'autres lois existent déjà pour protéger les consommateurs en matière de garantie.

¹³⁸ Jacob S. ZIEGEL, «The Future of Canadian Consumerism », (1973) 51 R. du B. can. 191, 193

¹³⁹ Nicole L'HEUREUX et Marc LACOURSIERE, *supra* note 41, page 91

¹⁴⁰ Nicole L'HEUREUX et Marc LACOURSIERE, *supra* note 41, page 91

¹⁴¹ En anglais : Sales of Goods Act (SGA)

3.2 Le régime des garanties légales au Québec

Au Québec, trois types de garanties protègent les acheteurs, soit la garantie légale, la garantie conventionnelle et la garantie prolongée (ou supplémentaire).

La garantie légale est prévue tant dans la LPC que dans le CcQ. Elle ne coûte rien et couvre tous les produits loués ou achetés chez un commerçant, même si rien n'est écrit dans le contrat.

En matière de contrat de consommation, c'est la LPC qui s'applique. En vertu de la garantie légale prévue dans cette loi, les produits achetés doivent être en bon état, être conformes à ce qui est mentionné dans la publicité ainsi qu'aux déclarations du vendeur et pouvoir être utilisés normalement durant une période raisonnable. Les facteurs à considérer en ce qui concerne la durée de la garantie sont le type de produit, son prix, sa qualité et la manière dont il a été utilisé. Par exemple, si un consommateur achète un lave-vaisselle pour 800 \$ et en fait un usage normal, ce lave-vaisselle sera couvert par la garantie légale s'il brise après deux ans. Autre exemple de problème couvert par la garantie légale : il est écrit sur l'emballage d'un fer à repasser qu'il doit s'arrêter automatiquement après 30 minutes et il ne le fait pas¹⁴².

La garantie conventionnelle est offerte gratuitement par le fabricant ou le détaillant. Elle assure le bon fonctionnement du bien pendant une durée déterminée. Il s'agit en quelque sorte d'une garantie de bon fonctionnement. Par exemple, un consommateur achète un téléviseur d'une valeur de 1 200 \$. La garantie conventionnelle offerte par le fabricant est d'une durée d'un an. Si le bien brise pendant cette période, le fabricant doit remplacer le bien ou effectuer les réparations à ses frais¹⁴³.

La garantie prolongée (ou supplémentaire) est définie à l'article 1 (e.1) de la LPC¹⁴⁴. Il s'agit d'une garantie offerte au consommateur moyennant des frais supplémentaires. Cette garantie peut couvrir soit des éléments de la garantie conventionnelle, soit des éléments distincts. Elle est souvent proposée lors de l'achat de certains types de biens comme les appareils électroménagers, les appareils électroniques, les ordinateurs et les automobiles. En raison d'une marge de profit importante, les marchands seraient friands d'offrir ces produits aux consommateurs¹⁴⁵.

Au Québec, la LPC prévoit qu'avant d'offrir la garantie prolongée, le commerçant doit informer le consommateur de l'existence de la garantie légale, verbalement et par écrit, de la façon prescrite par règlement. Il doit aussi informer le consommateur de la durée de la garantie du fabricant. Si le commerçant ne fournit pas ces informations au consommateur avant de lui

¹⁴² Nicole L'HEUREUX et Marc LACOURSIERE, *supra* note 41, p.92 et ss. et OPTION CONSOMMATEURS, ``Coup d'œil sur la consommation

¹⁴³ Ibid

¹⁴⁴ L'article 1 (e.1) de la LPC se lit ainsi : « un contrat en vertu duquel un commerçant s'engage envers un consommateur à assumer directement ou indirectement, en tout ou en partie, le coût de la réparation ou du remplacement d'un bien ou d'une partie d'un bien advenant leur défectuosité ou leur mauvais fonctionnement, et ce autrement que par l'effet d'une garantie conventionnelle de base accordée gratuitement à tout consommateur qui achète ou qui fait réparer ce bien »

¹⁴⁵ Nicole L'HEUREUX et Marc LACOURSIERE, *supra* note 41, page 117 et UNION DES CONSOMMATEURS, « Garanties prolongées : le consommateur en a-t-il pour son argent? », Rapport Final présenté au Bureau de la consommation d'Industrie Canada, juin 2007

parler de la garantie prolongée, il est réputé avoir passé sous silence un fait important, ce qui est interdit¹⁴⁶.

La garantie prolongée offre des protections semblables à la garantie légale, mais elle est évidemment beaucoup plus coûteuse. Par contre, elle est plus facile à faire appliquer¹⁴⁷. Plusieurs intervenants nous ont par ailleurs indiqués que, dans la vie de tous les jours, plusieurs commerçants ne respectent pas les obligations prévues à la loi et que le concept de garanties légales est mal compris par les consommateurs.

La LPC prévoit que le bien doit servir à l'usage auquel il est normalement destiné, et ce, pour une période raisonnable¹⁴⁸ eu égard à l'usage qui en est fait¹⁴⁹. La garantie légale prévoit également que le bien doit être conforme aux représentations faites par le commerçant et le fabricant, incluant les publicités¹⁵⁰. De plus, à moins que cela ne soit dit explicitement, les pièces de recharge pour la réparation doivent être disponibles¹⁵¹. La LPC prévoit un recours direct entre l'acquéreur subséquent et le commerçant. S'il y a un vice, ni le commerçant ni le fabriquant ne peuvent alléguer qu'ils ignoraient¹⁵².

Le CcQ et la LPC visent tous les deux à encadrer l'application de la garantie légale, mais le premier s'applique à tous les types de contrats alors que la seconde s'applique seulement en matière de contrat de consommation, où elle offre des protections plus larges. La définition de contrat de consommation de l'article 2 de la LPC est plus étendue que celui de l'article 1434 du CcQ. De plus, la LPC est d'ordre public; il n'est donc pas possible d'y renoncer alors qu'il est possible d'augmenter ou de diminuer l'application de la garantie légale prévu dans le CcQ¹⁵³.

Le CcQ et la LPC prévoient une garantie de durabilité, qui a pour but de protéger le consommateur et de s'assurer que le bien acheté par ce dernier aura une durée de vie raisonnable¹⁵⁴. Cette garantie prévue à la LPC s'applique uniquement aux biens meubles, qu'ils soient neufs ou usagés. Cette garantie protège le premier acheteur, mais également l'acquéreur subséquent. La garantie de durabilité s'applique si le bien est atteint d'un défaut inhabituel ou sérieux, après l'extinction de la garantie de bon fonctionnement à durée fixe prévue dans les régimes d'exception, comme celui des automobiles, ou encore si le bien ne satisfait pas aux critères de la garantie légale de bon fonctionnement. La durée de vie raisonnable du bien est laissée à l'appréciation du tribunal, mais les éléments suivants doivent le guider dans sa décision: le prix, les dispositions du contrat et les conditions d'utilisation des biens¹⁵⁵.

¹⁴⁶ Art 228.1 (1)-(3) et 228 L.P.C., coup d'œil sur la consommation, *supra* note 41

¹⁴⁷ <http://www.protegez-vous.ca/affaires-et-societe/garantie-legale-la-difficulte-cest-son-application.html>

¹⁴⁸ Il s'agit notamment de la garantie de durabilité, dont nous parlerons plus tard.

¹⁴⁹ Art. 37 et 38 LPC

¹⁵⁰ Art. 40-42 LPC

¹⁵¹ Art. 39 LPC et UNION DES CONSOMMATEURS, « L'adéquation des régimes de garantie légale au Canada », Rapport Final présenté au Bureau de la consommation d'Industrie Canada, juin 2012, page 22

¹⁵² Art. 53 LPC et Nicole L'HEUREUX et Marc LACOURSIERE, *supra* note 41, page 106

¹⁵³ Art. 2 LPC, Art 1434 et 1732 CcQ. et UNION DES CONSOMMATEURS, *supra* note 151, page 27

¹⁵⁴ Article 38 LPC

¹⁵⁵ UNION DES CONSOMMATEURS, *supra* note 151, pages 40-42

La LPC contient aussi d'autres dispositions. Ainsi, l'article 53 s'applique à la garantie de sécurité. Le consommateur peut avoir un recours pour vice caché en raison d'un manquement à la garantie d'usage ou à la garantie de durabilité¹⁵⁶.

Malgré que l'existence de la garantie légale soit codifiée, c'est la jurisprudence qui a dû se pencher pour déterminer la durée de cette dernière sur un bien précis. En effet, les cours ont statué dans de nombreuses situations. En guise d'exemples, mentionnons qu'elles ont décidé qu'une laveuse d'une valeur de 1 000 \$ devrait durer dix ans, qu'un téléviseur plasma d'une valeur de 2 999 \$ devrait durer plus de trois ans et qu'un perroquet Eclectus devrait vivre 20 ans¹⁵⁷.

De plus, un vendeur et un fabricant ne peuvent alléguer qu'ils ignoraient la présence d'un vice ou d'un défaut ou encore qu'ils ne savaient pas que l'acquéreur subséquent avait un recours. La LPC crée donc une présomption irréfragable, elle ne peut être renversée que par une preuve contraire. Sur ce plan, la LPC offre plus de protection que le CcQ¹⁵⁸.

La LPC prévoit des recours si le commerçant manque à une obligation prévue par la loi¹⁵⁹. Elle allège le fardeau de preuve du consommateur qui demande des dommages punitifs. Elle permet au consommateur d'utiliser la preuve testimoniale contre un écrit alors que la règle générale, sous le CcQ, est de limiter cette pratique¹⁶⁰. Par ailleurs, le commerçant peut être condamné à une amende de 600 \$ à 15 000 \$ pour une personne physique et de 2 000 \$ à 100 000 \$ pour une personne morale¹⁶¹. Le consommateur, quant à lui, peut opter pour le régime de la LPC ou pour celui du CcQ, selon ce qui est le plus avantageux¹⁶².

3.3 Le régime des garanties légales dans les autres provinces

3.3.1. La Sales of Good Act

Les autres provinces sont régies par la common Law. Dans ce régime, la jurisprudence joue un rôle primordial dans l'élaboration et l'application des principes de droit. En 1893, le Royaume-Uni a codifié certaines règles, ce qui a mené à la création du Sales of Good Act (SGA)¹⁶³. Il a ensuite exporté cette loi dans tout son empire. Au Canada, la SGA a été intégrée dans le droit provincial via le modèle *l'Uniform Sale of Good Act*, une loi proposée par la Conférence pour l'harmonisation des lois au Canada (CHLC). La SGA s'applique à tous les contrats, incluant le

¹⁵⁶ Art 53, 37 et 38 LPC

¹⁵⁷ UNION DES CONSOMMATEURS Union des consommateurs, *supra* note 151, page 39, *Côté c. Sears*, 2013 2013 QCCQ 1839, *Licatése c. Brick Warehouse*, 2009 QCCQ 13461, *Hobbs c. LG Electronics Inc.*, 2009 QCCQ 6854, *Campagna c. Animalerie Dyno Inc.*, 2014 QCCQ 8149

¹⁵⁸ UNION DES CONSOMMATEURS, *supra* note 151, page 41 et Art 53 (3) (4) L.P.C.

¹⁵⁹ Art. 272 LPC

¹⁶⁰ Art 273 L.P.C. et 2862 CcQ

¹⁶¹ Art 277 L.P.C.

¹⁶² Art 270 et 272 LPC

¹⁶³ Afin d'éviter la confusion, nous avons conservé le nom anglais chaque fois qu'il est question de cette loi, même si son nom a été traduit dans certaines provinces.

contrat de consommation, à moins d'une disposition spécifique dans une loi vouée à la protection du consommateur.

Les SGA comportent des garanties statutaires – *implied warranties* – portant sur la vente de biens et de fournitures de services. Ces garanties sont soit des garanties – « *warranties* » – soit des conditions. Dans un cas comme dans l'autre, il s'agit d'obligations imposées au vendeur lors de la vente d'objets. La principale différence entre l'une et l'autre est liée aux remèdes possibles advenant une violation ou un manquement. Dans le cas d'une garantie, l'acheteur ne bénéficie pas du droit de rejet¹⁶⁴ et le contrat ne peut être résolu. Par contre, l'acheteur peut intenten un recours contre le vendeur afin d'exiger la diminution ou l'annulation du prix en sus des dommages-intérêt¹⁶⁵. Dans le cas d'un manquement à une condition, l'acheteur peut rejeter le produit faisant l'objet du contrat et le contrat sera rescindé. Cela se justifie par le fait qu'une condition, contrairement à une garantie, est considérée comme étant la source d'un contrat.

Toutes les SGA provinciales comportent deux types de garanties statutaires. Le premier est lié au droit de propriété, qui vise à protéger l'acheteur contre les ventes illicites de biens et à lui fournir une compensation advenant une violation (cela est comparable à une garantie contre l'éviction). Les SGA prévoient que le vendeur doit être en droit de procéder à la vente, que l'acheteur aura une jouissance paisible du bien que le bien est libre de toutes charges en faveur d'un tiers, sauf celle déclarée à l'acheteur¹⁶⁶.

Le deuxième type de garantie – *Quality and fitness* – regroupe les obligations imposées au vendeur face à la qualité et l'aptitude du bien à servir à l'usage auquel il est prévu. En principe, la SGA ne prévoit pas de garanties lorsque la qualité ou la conformité du bien vendu par le vendeur diffère de l'usage normal. Il y a cependant des exceptions. En effet, l'acheteur bénéficie d'une protection lorsque l'objet acheté ne correspond pas à la description fournie par le vendeur dans le cadre de son commerce ainsi que lorsque, expressément ou implicitement, l'acheteur a fait connaître au vendeur l'usage particulier pour lequel il entend utiliser l'objet et qu'il s'en remet à la compétence ou au jugement du vendeur pour savoir s'il peut utiliser le bien comme il entend.

Ces conditions s'appliquent à certains types de vente. La SGA prévoit déjà que le bien doit correspondre à la description fournie par le vendeur. Cette garantie couvre toutes les représentations qui sont communes à l'ensemble des consommateurs, mais aussi aux représentations faites à chaque consommateur. On peut toutefois présumer que le vendeur ne fera pas de représentations sur des usages particuliers, sans que ces préoccupations ne lui soient au préalable communiquées. Si l'acheteur fait l'acquisition d'un bien pour des fins particulières et qu'il en informe le vendeur, implicitement ou explicitement, il y aura une condition implicite à la vente à l'effet que le bien sera raisonnablement adapté à cet usage particulier¹⁶⁷.

¹⁶⁴ Le droit de rejet est lié à la demande de résolution du contrat et à la remise en état des parties

¹⁶⁵ <http://ulcc.ca/en/home-en-gb-1/529-josetta-1-en-gb/uniform-actsa/sale-of-goods-act/640-sale-of-goods-act>

¹⁶⁶ UNION DES CONSOMMATEURS, *supra* note 151, page 23

¹⁶⁷ G.H.L. FRIDMAN, "Sale of Goods in Canada", Sixth Edition, 2013 Carswell et Union des consommateurs, *supra* note 151, page 24,

L'une des accises des SGA est la *merchantability quality*. Cette dernière prévoit qu'un bien sera propre à l'usage ou aux usages qui en sont normalement faits. Un bien de qualité est un bien qui est dans un état qui satisfait les attentes légitimes, compte tenu de sa description, de son prix et des autres éléments pertinents. Il doit également répondre aux normes et correspondre à ce qui est prévu au contrat pour ce qui est de la quantité et de la qualité. De plus, le bien doit conserver sa qualité et son utilité pendant une période raisonnable, compte tenu de toutes les circonstances raisonnables. Par ailleurs, les pièces et services doivent être offerts pendant une période raisonnable. Malgré l'absence d'une définition précise dans les SGA, il appert qu'il s'agit d'une entente qui porte sur des biens qui font l'objet d'un contrat, mais cette entente est collatérale à l'objet même du contrat. Conséquemment, la *merchantability quality* ouvre la porte à un recours en dommages, sans pour autant donner le droit de refuser les biens ou de considérer le contrat comme répudié. La doctrine considère que cette garantie fait partie du contrat, sans en constituer pour autant une condition déterminante.¹⁶⁸ Le concept de condition qui se trouve dans la SAG a été défini au fil du temps par la jurisprudence.

Par ailleurs, malgré la tendance de la common Law à favoriser la liberté des parties, la primauté du contrat et la liberté contractuelle, la jurisprudence apporte certaines nuances surtout en ce qui concerne le critère du *fundamental breach*. Les parties sont libres, lorsqu'elles contractent, d'exclure les garanties ou des parties de ces garanties. Les clauses d'exclusion ne peuvent cependant libérer le contractant en cas de vice fondamental du bien qui fait l'objet du contrat. En vertu de la SAG, le principe du *fundamental breach* ne peut donc être appliqué lorsque les obligations du vendeur, telles que le service à rendre ou le bien à fournir, sont complètement différentes de ce qui avait été convenu¹⁶⁹. De plus, il est permis d'exclure l'application de la SAG par clause contractuelle lorsque les lois provinciales ne l'interdisent pas. Évidemment, si la loi provinciale a inclut les principes de la SAG, la question ne se pose pas.

3.3.2 Les lois statutaires supplémentaires

En matière de garanties légales, les SGA ont été harmonisées, mais les lois provinciales sur la protection du consommateur ne l'ont pas été. Certaines provinces ont légiféré afin d'accorder plus de protections aux consommateurs en matière de garanties légales; c'est le cas du Nouveau-Brunswick, du Manitoba et de la Saskatchewan. Leurs lois ont une application large. Selon l'auteur G. H. L. Fridman : "*while preserving the existing common law, [they] appear to have broadened the scope and effect of statement relating to consumer goods sold by a retail seller, as defined by those Acts, to a consumer*"¹⁷⁰.

Certaines provinces ont introduit des notions de la SGA dans leurs lois sur la protection du consommateur. Celui qui y vit ne peut pas renoncer aux garanties prévues dans la SAG, puisqu'elles font partie d'une loi d'ordre public. En Ontario, l'article 9 (2) de la LO- 2002 prévoit que le fournisseur de services, aux termes d'une convention de consommation, « est réputé garantir qu'ils sont de qualité raisonnablement acceptable ». L'article 9 (3) prévoit que les dispositions du Sales of Good Act (SGA) s'appliquent et qu'une convention qui exclut l'application de cette loi est nulle dans un contrat de consommation¹⁷¹. Par ailleurs, l'application

¹⁶⁸ Ibid

¹⁶⁹ UNION DES CONSOMMATEURS, *supra* note 151, page 50

¹⁷⁰ G.H.L. FRIDMAN, "Sale of Goods in Canada", Sixth Edition, 2013 Carswell, 2013

¹⁷¹ Art 9 (1)-(4) LO-2002

de la LPC prévoit que les garanties prévues au SGA s'appliquent aux biens loués ainsi qu'aux services rendus¹⁷².

La loi sur la protection du consommateur de la Nouvelle-Écosse énonce que, en matière de contrats de téléphonie cellulaire, un commerçant ne peut demander des frais pour la réparation de biens couverts par une garantie sans mentionner de quel type de garantie il s'agit. La loi interdit au commerçant de demander des frais de réparation pour un bien couvert par une garantie¹⁷³. On y énonce¹⁷⁴ les principes de la SGA quant aux biens vendus libres de charges¹⁷⁵. Par ailleurs, en matière de vente d'automobile, les garanties expresses sont réputées faire partie du contrat de vente.

Les territoires ont incorporé les garanties légales dans leurs lois sur la protection du consommateur; celles-ci empêchent le consommateur d'y renoncer¹⁷⁶.

3.3.3 Le Nouveau-Brunswick

En 1980, la Loi sur la responsabilité et les garanties relatives aux produits de consommation (LSRGRPC) est entrée en vigueur¹⁷⁷. Cette loi régit les garanties légales et la responsabilité de fait des produits de consommation; les services en sont exclus. Dans notre analyse, nous étudions uniquement la section portant sur les garanties légales. Afin de déterminer si le bien est un produit de consommation, il faut se demander s'il sert habituellement à un usage personnel, familial ou domestique. Le champ d'application de la loi est large et étendu. Il comprend le distributeur – définit comme « une personne qui fournit des produits de consommation dans le cadre habituel de son activité commerciale » –, le producteur, le transformateur, le fabricant, l'importateur, le grossiste, le détaillant et le concessionnaire. Le gouvernement est également soumis à cette loi¹⁷⁸. Il s'agit d'une loi d'ordre public et, conséquemment, il n'est pas possible d'y renoncer, sauf exceptions prévues à la loi¹⁷⁹.

La LSRGRPC prévoit deux types de garanties : la garantie expresse et la garantie tacite. La première porte sur les déclarations verbales et écrites données à l'acheteur ainsi que sur toute indication donnée à l'ensemble ou à une tranche de la population au sujet d'un produit de consommation. Afin qu'une déclaration verbale lie le vendeur, il faut que le consommateur effectue son achat sur la foi de cette déclaration et qu'il soit raisonnable pour lui de s'y fier. De plus, les déclarations d'un employé lient le commerçant, sauf si l'employé n'agit pas dans le cadre de ses fonctions lorsqu'il fait ses déclarations¹⁸⁰. Les garanties tacites, quant à elles, ne sont pas liées aux déclarations faites par le vendeur, mais plutôt aux attentes de l'acheteur, qu'il y ait ou non déclaration du vendeur.

¹⁷² Art 9 (2) LO-2002. et *Szilvasy v. Reliance Home Comfort Limited Partnership (Reliance Home Comfort)*, 2012 ONCA 821 (CanLII)

¹⁷³ Art. 25R (a) (b) et Art 25 AI (a) CPA-NS

¹⁷⁴ Art. 26 (3) (a) (b) CPA-NS

¹⁷⁵ Art 26 (3) (a) (b) CPA NS

¹⁷⁶ Art 58 LPC-LRY, Art 70 LPC LTN-O et Art 70 LPC LTN-O (nu)

¹⁷⁷ Loi sur la responsabilité et les garanties relatives aux produits de la consommation, LB-N 1978, c C-18.1. (ci-après LSRGRPC)

¹⁷⁸ Art 1 (1), 1 (2), 1(1), 2 (5) LSRGRPC.

¹⁷⁹ Art 2 (3) et 24, 25 et 26 LSRGRPC

¹⁸⁰ Art 4 (1)- 4 (4) LSRGRPC

La LSRGRPC protège également le consommateur contre les vices affectant le titre de propriété du bien. Ainsi, le vendeur garantit qu'il détient le droit de vendre le bien, que le bien n'est grevé d'aucun droit ou privilège dont l'acheteur ne connaît pas l'existence et que l'acheteur aura la paisible jouissance du bien.

Les garanties tacites protègent le consommateur en l'assurant que le bien est neuf (s'il est neuf)¹⁸¹.

La LSRGRPC prévoit aussi une garantie tacite de qualité et d'adaptabilité¹⁸². Par contre, le consommateur ne peut bénéficier de cette garantie s'il connaît le vice, si le vendeur lui en a parlé ou si un examen du bien, dans le cas d'un bien usagé ou d'un échantillon, lui aurait permis de le découvrir. Enfin, ladite loi prévoit une garantie tacite de durabilité du bien¹⁸³.

En cas de violation d'une garantie prévue à la loi, le consommateur a des recours (ces recours sont aussi offerts à l'acheteur d'affaires). Pour en bénéficier, il doit d'abord faire connaître le vice au vendeur et lui donner l'occasion d'y remédier. S'il ne le fait pas, l'acheteur peut refuser le produit¹⁸⁴ et résilier son contrat. Si le vendeur reprend le bien, les frais de retour sont aux frais du vendeur.

En somme, la loi définit explicitement les protections accordées par les garanties légales, empêche le consommateur d'y renoncer et facilite le fardeau de preuve dans l'exécution de son recours contre un vendeur. Grâce à la LSRGRPC, les consommateurs du Nouveau-Brunswick peuvent être mieux protégés que les consommateurs résidant dans une autre province où il n'y a que la SAG.

3.3.4 La Saskatchewan

La Saskatchewan a choisi de légiférer en matière de garanties légales en codifiant des dispositions dans sa loi sur la protection du consommateur (CPBPA-SS). Le champ d'application de cette loi s'applique aux personnes qui achètent un bien. Il inclut les organismes sans but lucratif pourvu que le contrat porte sur un bien de consommation¹⁸⁵. De plus, la loi prévoit un droit de suite pour tout acheteur subséquent¹⁸⁶.

Les garanties expresses sont définies à l'article 16 de la loi. Cet article énonce que toute promesse, représentation ou affirmation concernant la qualité, la quantité, la condition, la performance ou l'efficacité d'un produit de consommation constitue une garantie expresse. Le législateur ne fait pas de distinction entre les déclarations verbales et écrites. De plus, la

¹⁸¹ Art 9 LSRGRPC

¹⁸² Art 10 LSRGRPC définit la garantie tacite comme ``Le produit est d'une qualité ou dans un état auquel on est raisonnablement en droit de s'attendre, compte tenu de la description qu'en fait le vendeur, le cas échéant, du prix, s'il est un facteur déterminant et des autres éléments pertinents et convient, dans ces même conditions, à l'usage ou aux usages pour lesquels il est habituellement acheté``.

¹⁸³ Art 8 (1) (2) LSRGRPC et 1Art 8-12 LSRGRPC, *Supra* note 177 et Union des consommateurs *supra* note 151, page 59

¹⁸⁴ Art 16 et 17 LSRGRPC *supra* note 177

¹⁸⁵ Art 10 (1) (d) (i)-(ii) CPA-SS

¹⁸⁶ Art 12, 19 et 21 CPBPA SS

responsabilité incombe au commerçant, qu'il s'agisse du vendeur ou du fabricant ou encore d'un agent ou d'un employé de l'un d'eux¹⁸⁷.

Le législateur prévoit qu'il n'est pas possible de limiter, d'exclure ou de dénoncer l'obligation légale prévue à l'article 19. Il prévoit également qu'un vendeur est lié par les garanties expresses faites par une publicité à moins que le vendeur ait informé explicitement le consommateur qu'il (le vendeur) ne n'offrait pas ces garanties. Par contre, le vendeur ne sera pas lié par les déclarations qui se trouvent dans une publicité faite par un fabricant, à moins que, de façon expresse ou tacite, il adopte ces garanties. Néanmoins, le vendeur sera lié par l'étiquetage du fabricant¹⁸⁸. Par ailleurs, le législateur prévoit un allègement de fardeau de la preuve qui permet la contestation d'un écrit par témoignage¹⁸⁹.

Les garanties statutaires sont prévues à l'article 19 de CPBPA-SS. Il n'est pas possible d'y renoncer¹⁹⁰. Il y est mentionné que le vendeur a le droit de vendre le bien, que le bien est libre de toute charge au bénéfice d'un tiers, sauf pour les charges déclarées préalablement à la vente, et que l'acheteur aura la jouissance paisible du bien. De plus, lors d'une vente par description, le vendeur doit garantir au consommateur que le produit est conforme à la description faite par le vendeur. Le consommateur bénéficie aussi d'une garantie statutaire selon laquelle le bien doit être de qualité acceptable, sauf dans le cas où un défaut est porté à l'attention de l'acheteur avant la conclusion du contrat ou lorsqu'il s'agit d'un défaut apparent qui aurait pu être découvert lors de l'examen du bien¹⁹¹.

Les garanties statutaires protègent également le consommateur, si le vendeur fournit implicitement une garantie d'usage, par exemple si le consommateur avait informé le vendeur, implicitement ou explicitement de l'usage qu'il entendait faire du bien (qu'il s'agisse ou non de son usage habituel). Cependant, le vendeur ne sera pas tenu à cette garantie statuaire si les circonstances entourant la vente démontrent que le consommateur ne s'est pas fié à la compétence ou au jugement du vendeur ou qu'il serait déraisonnable de s'y fier¹⁹².

Les garanties statutaires énoncent qu'un consommateur est en droit de s'attendre à ce que le bien vendu soit de la même qualité que l'échantillon¹⁹³. Elles prévoient aussi que le bien et ses composantes doivent être durables pour une période raisonnable eu égard aux circonstances de la vente incluant la description du bien, la nature du produit, le prix payé et les garanties expresses faites par le vendeur ou le fabricant¹⁹⁴. Enfin, le vendeur doit garantir au consommateur que, si le bien doit être entretenu, les pièces seront disponibles durant une période raisonnable. La CPBPA-SS ne prévoit pas de mécanisme pour se soustraire à cette obligation¹⁹⁵. Par ailleurs, en ce qui a trait aux ventes par description, le législateur énonce qu'il n'est pas possible de se soustraire aux garanties statutaires du fait qu'il s'agit de la vente d'un produit spécifique de consommation.

¹⁸⁷ Art 16 (2) et 18 CPBPA SS

¹⁸⁸ Art. 18 (1)-(3) CPBPA-SS

¹⁸⁹ Art 17 CPBPA-SS

¹⁹⁰ Article 16 (3) CPBPA-SS

¹⁹¹ Art 19 (b) CPBPA-SS

¹⁹² Art 19 CPBPA-SS

¹⁹³ Art 19 (f) CPBPA-SS

¹⁹⁴ Art 19 (g) (i)-(iv) CPBPA-SS

¹⁹⁵ Art 19 (1) (h) CPBPA-SS

En cas d'atteinte aux garanties, la loi prévoit trois types de recours. Ceux-ci varient selon que la violation soit substantielle et non remédiable ou non substantielle et remédiable. L'article 10 (c) de la loi définit ce qui constitue une violation à caractère substantiel. Par ailleurs, le législateur nous dit que la violation est remédiable et non substantielle si le vendeur remédie à son défaut ou s'il est possible d'octroyer des dommages en raison du défaut du bien¹⁹⁶. Une violation est substantielle et non remédiable si le consommateur a rejeté le bien de consommation ou encore s'il pouvait rejeter le bien et obtenir compensation.

Devant une violation d'une garantie expresse ou statutaire qui serait de caractère substantiel et non remédiable, le consommateur peut rejeter le produit de consommation, ce qui lui donne également droit au remboursement du prix payé et à des dommages. Le consommateur peut également choisir d'avoir recours aux remèdes qui sont prévus pour des violations non substantielles et remédiables, soit, que le vendeur ou le manufacturier remédie à la violation sans frais, ce qui permettrait au consommateur de conserver le bien¹⁹⁷.

Si la violation d'une garantie expresse ou d'une garantie statutaire est remédiable et non substantielle, le consommateur peut également obtenir des indemnisations pour les dommages subis. La loi précise que la personne responsable de la violation est tenue d'y remédier et qu'elle doit le faire dans un délai raisonnable, sans exiger de frais du consommateur. Lorsque le fabricant ou le vendeur n'intervient pas à l'intérieur d'un délai raisonnable, le consommateur est en droit de faire exécuter la garantie ailleurs et d'exiger du vendeur ou du manufacturier le remboursement. Cette période raisonnable à l'intérieur de laquelle le vendeur ou le manufacturier sont tenus de remédier à la violation débute au moment où ces derniers ont le bien en leur possession. De plus, pour exercer son droit de rejet, le consommateur doit lui aussi agir dans un délai raisonnable. Enfin, la loi reconnaît la possibilité, pour l'acquéreur subséquent, de poursuivre le fabricant ou le vendeur¹⁹⁸.

Dans les dispositions générales de la CPBPA-SS, prévues à l'article 93, on trouve le droit du consommateur de réclamer des dommages exemplaires en matière de violation de la loi ou en matière de pratique interdite. Qui plus est, un consommateur qui intente un recours en matière de garanties ne peut être condamné à payer les frais, et ce, même si son recours est un échec, à moins que l'action soit frivole¹⁹⁹.

3.3.5 Le Manitoba

Le Manitoba a également choisi de légiférer en matière de garanties légales par le biais de sa loi sur la protection du consommateur (CPLM). Le champ d'application de la section sur les garanties légales touche tous les contrats de consommation en lien avec la vente au détail d'objet ou la location-vente au détail d'objets²⁰⁰. La CPML est d'ordre public et, conséquemment, il n'est pas possible de renoncer à son application²⁰¹. Le régime des garanties

¹⁹⁶ Art 28 (a) (i) (ii) CPBPA SS

¹⁹⁷ UNION DES CONSOMMATEURS, *supra* note 151, page 71

¹⁹⁸ UNION DES CONSOMMATEURS, *supra* note 151, pages 71 et 72

¹⁹⁹ Art 31 (1) (2) CPBPA-SS

²⁰⁰ Art. 58 (1) CPLM

²⁰¹ Art 96 CPLM

légales manitobaines prévoit deux types de garanties : les garanties implicites et les garanties expresses.

Les garanties implicites sont définies à l'article 58 de la loi. Elles incluent la capacité du vendeur de vendre le bien ou, dans le cas d'une vente à crédit, le droit de consentir à la vente ou à la location de l'objet. Elle mentionne que ce droit existe au moment du transfert du droit de propriété. Le vendeur doit garantir que l'acheteur aura la libre jouissance du bien et que le bien est libre de toutes charges en faveur d'un tiers (sauf si l'inverse avait été consenti par écrit), que le bien est neuf (à moins d'une indication contraire), que le bien est de qualité marchande et que la description de l'objet est exacte. D'autres conditions s'appliquent lorsque des objets sont vendus sur échantillon²⁰². L'interprétation de l'article 58 suit l'interprétation faite par la common law²⁰³. De plus, l'article 58 (6) prévoit une garantie de qualité en matière de service rendu, à moins de convention contraire.

Les garanties expresses, quant à elles, sont définies à l'article 58 (8) de la loi. Cet article énonce qu'est réputé constituer une garantie expresse à l'égard des objets ou des services toute déclaration verbale ou écrite faite par le vendeur ou par un tiers pour le compte du vendeur au sujet de la qualité, de l'état, de la quantité, du fonctionnement ou de l'efficacité des objets ou des services et qui est soit contenue dans un message publicitaire, soit faite à l'acheteur²⁰⁴.

Cette loi prévoit trois recours en matière de garanties légales. Le premier donne à l'acheteur le droit de demander au vendeur de remédier à son défaut en réparant le bien. Dans ce cas, le vendeur doit remettre à l'acheteur un rapport écrit qui fait état de tout ce qui a été fait pour corriger les défauts²⁰⁵. L'article 58.1 prévoit que le vendeur est responsable de tout défaut de la garantie en vertu de la loi et du contrat. Le vendeur est aussi responsable de toutes les dépenses pour réparer le bien à la suite d'une garantie qu'il a lui-même donnée ou qui a été donnée par un tiers ou le fabricant. La loi prévoit également que l'acheteur peut soumettre tout différend au service de médiation offert par l'Office de la protection du consommateur du Manitoba²⁰⁶.

La CPLM prévoit également un recours administratif. En effet, si une personne autorisée est d'avis que le vendeur contrevient à des dispositions de la loi, une amende administrative maximale de 5 000 \$ pour une personne physique et de 20 000 \$ pour une personne morale peut être imposée²⁰⁷.

Enfin, la CPLM prévoit un recours de droit pénal. Si une personne est déclarée coupable d'enfreindre la loi, elle peut être condamné à payer une amende maximale de 300 000 \$ ou, si la somme perçue est de plus de 300 000 \$, une amende correspondant au triple du montant obtenu par le défendeur à la suite de l'infraction et un emprisonnement maximal de 3 ans, ou l'une de ces peines²⁰⁸.

²⁰² Art 58 (1) (a), (b), (c), (d), (e), (f), (g) et (h) CPLM

²⁰³ UNION DES CONSOMMATEURS, *supra* note 151, page 74

²⁰⁴ Art 58 (8) CPLM

²⁰⁵ Art. 58 (9) CPLM

²⁰⁶ Art. 58.1 CPLM

²⁰⁷ Art 136 (2) CPLM

²⁰⁸ Art. 136.1 (1) et ss. CPLM

3.4. Les résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de garanties légales

Dans le cadre de notre sondage, nous voulions déterminer si les consommateurs connaissent leurs droits lorsqu'un bien brise après l'échéance de la garantie du fabricant. Nous avons conçu trois scénarios.

Scénario I

Dans le premier scénario, un bien est acheté dans une autre province. Il brise après la fin de la garantie du fabricant et l'acheteur n'a pas acheté de garanties supplémentaires. Le consommateur dispose-t-il d'une protection? D'où vient cette protection?

Ce sont les Québécois qui se considèrent les plus protégés lorsqu'ils achètent un bien dans une autre province, et ce, même si ce bien brise quelques mois après la garantie du fabricant. En effet, plus de 40 % des répondants québécois (40,5 %) se disent en fait protégés par la loi de la province où ils ont fait leur achat alors que les répondants habitants les autres régions croient ne pas être protégé (voir tableau 6). En moyenne, 19,5 % des répondants croient être protégés.

Tableau 6

a- Analyse par régions

	Mari- times	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique	Total Canada
Non, il n'est pas protégé	50,4 %	16,8 %	42,0 %	47,8 %	49,8 %	40,4 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	4,6 %	8,7 %	11,8 %	9,8 %	8,3 %	8,6 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de la province où il a fait son achat	11,0 %	40,5 %	16,3 %	13,7 %	12,0 %	19,5 %
Oui, il est protégé par deux lois provinciales, celle de sa province et celle où il a fait son achat	5,4 %	10,0 %	6,4 %	4,4 %	6,1 %	6,6 %
TOTAL OUI	21,0 %	59,2 %	34,5 %	27,9 %	26,4 %	34,7 %
Je ne sais pas	28,6 %	24,1 %	23,5 %	24,3 %	23,8 %	24,8 %

Scénario II

Dans le deuxième scénario, un consommateur achète un bien dans sa province. Ce bien brise alors que la garantie du fabricant est échue et que le consommateur n'a pas acheté de garantie supplémentaire. Dispose-t-il d'une protection? Le but de cette question était de déterminer si le consommateur connaissait le droit de sa province. Nous avons effectué une analyse par régions (voir tableau 7-a). Puis, nous avons fait une analyse par province pour la Saskatchewan, le Manitoba et le Nouveau-Brunswick (voir tableau 7-b); ces dernières ont un régime de garanties encore plus explicite que la SAG.

Tableaux 7**a- Analyse par régions**

	Mari- times	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique	Total Canada
Non, il n'est pas protégé	63,7 %	32,8 %	57,6 %	64,7 %	69,3 %	56,7 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	14,4 %	60,2 %	25,1 %	17,1 %	16,7 %	28,0 %
Je ne sais pas	21,9 %	7,0 %	17,3 %	18,2 %	14,0 %	15,3 %

b- Analyse des provinces ayant un régime statutaire

	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau- Brunswick	Total Canada
Non, il n'est pas protégé	63,2 %	32,8 %	68,9 %	69,8 %	56,7 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	17,1 %	60,2 %	14,9 %	13,5 %	28,0 %
Je ne sais pas	19,7 %	7,0 %	16,2 %	16,7 %	15,3 %

Une proportion encore plus importante des Canadiens croit qu'il n'y a pas de protection en de telles circonstances (56,7 %) (voir tableau 7-a). Ce qui est encore plus intéressant, c'est que, dans une grande proportion, ce sont les répondants qui habitent une province de common law ayant une protection statutaire supplémentaire qui croient ne pas être protégée (voir tableau 8b). En effet, les résidents du Manitoba (63,2 %), de la Saskatchewan (68,9 %) et du Nouveau-Brunswick (69,8 %) estiment, de façon assez importante, qu'ils ne sont pas protégés. À l'opposé, les résidents du Québec croient être protégés en de telles circonstances. En effet (voir tableau 7-a), 60,2 % des consommateurs québécois disent être protégés alors que 28 % pour l'ensemble des Canadiens pensent la même chose. Le sentiment de protection des Québécois est similaire que l'achat ait été fait dans une autre province (59,2 %) (voir tableau 6-a). Les Québécois voient donc peu de différence en ce qui a trait au lieu d'achat.

Scénario III

Dans le troisième scénario, un consommateur achète, via Internet, un bien d'un fournisseur situé dans une autre province. Le bien brise dès la fin de la garantie du fabricant et le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Le consommateur dispose-t-il d'une protection?

Tableaux 8

a- Analyse par région

	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	Total Canada
Non, il n'est pas protégé	62,1 %	48,3 %	53,6 %	57,4 %	66,2 %	57,2 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	3,9 %	7,0 %	11,3 %	6,6 %	6,9 %	7,1 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de la province où il a fait son achat	6,1 %	17,7 %	10,4 %	8,1 %	6,4 %	10,0 %
Oui, il est même protégé par les lois (ou le droit) de deux provinces, la sienne et celle où il a fait son achat	4,4 %	4,6 %	2,5 %	3,6 %	2,5 %	3,6 %
TOTAL OUI	14,4 %	29,3 %	24,2 %	18,3 %	15,8 %	20,7 %
Je ne sais pas	23,5 %	22,3 %	22,3 %	24,3 %	18,1 %	22,1 %

Les réponses varient selon les provinces (voir tableau 8-a). Ainsi, parmi les consommateurs vivant dans une province ayant un régime statutaire supplémentaire, les Québécois sont les moins nombreux à penser qu'ils ne sont pas protégés (48,3 %), suivis des Ontariens (53,6 %). Les répondants qui croient ne pas être protégés habitent surtout dans les Maritimes (62,1 %) et la Colombie-Britannique (66,2 %). La proportion des habitants des Prairies qui croient ne pas être protégés correspond à la moyenne canadienne (57,4 %),

Tableau 8

b - Analyse des provinces ayant un régime statutaire plus protecteur

	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau-Brunswick	Total Canada
Non, il n'est pas protégé	52,1 %	48,3 %	62,2 %	68,8 %	57,2 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	6,0 %	7,0 %	5,4 %	5,2 %	7,1 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de la province où il a fait son achat	8,5 %	17,7 %	8,1 %	4,2 %	10,0 %
Oui, il est même protégé par les lois (ou le droit) de deux provinces, la sienne et celle où il a fait son achat	4,3 %	4,6 %	1,4 %	1,0 %	3,6 %
TOTAL OUI	18,8 %	29,3 %	14,9 %	10,4 %	20,7 %
Je ne sais pas	23,0 %	22,3 %	23,0 %	20,8 %	22,1 %

Le sondage (voir tableau 8-b) démontre qu'une plus grande proportion des consommateurs de la Saskatchewan (62,2 %) et du Nouveau-Brunswick (68,8 %) dit ne pas se sentir protégée. C'est au Québec, avec 29,3 % et en Ontario, avec 24,2 %, que les consommateurs sont les plus nombreux à croire qu'ils profitent d'une certaine protection légale (voir tableau 8a). Par ailleurs, les consommateurs de l'Ontario qui ont répondu qu'ils étaient protégés n'ont pas nécessairement tort puisque la loi sur la protection du consommateur accorde certaines protections en matière de garantie, qui empêche au consommateur de renoncer aux garanties prévues à la SAG.

Toutefois, les consommateurs perçoivent que les lois qui les protègent sont différentes selon que l'achat est fait en personne ou par internet. On trouve un peu plus de 20 % des répondants qui ne savent pas s'ils sont protégés ou non.

4. Les recours collectifs

Les recours collectifs existent au Canada depuis 1978, alors que la première loi en cette matière voyait le jour au Québec²⁰⁹ – un recours similaire existe en Angleterre depuis la fin du XVII^e siècle; cette procédure remonte aux tribunaux d'équité²¹⁰. Ce n'est qu'en 1992 qu'une deuxième loi portant sur les recours collectifs était créée en Ontario, suivie d'une troisième en Colombie-Britannique en 1996²¹¹. Aujourd'hui, toutes les provinces, à l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard et des territoires, ont adopté des lois régissant les recours collectifs.

Au cours des 20 dernières années, le recours collectif a joué un rôle de plus en plus important dans le système judiciaire canadien²¹². Il permet à plusieurs personnes ayant une cause d'action similaire d'intenter ensemble une action contre un ou des défendeurs selon les critères établis par la loi.

Le recours collectif a trois objectifs. Le premier est de regrouper des actions individuelles semblables, ce qui permet de faire des économies au plan judiciaire en évitant la duplication inutile des recours. Le deuxième est de favoriser l'accès à la justice puisque les frais peuvent être divisés en un grand nombre de demandeurs. Le troisième est de rendre le système de justice plus efficace en empêchant des « malfaisants éventuels »²¹³ de ne pas respecter leur obligation envers le public²¹⁴.

Dans bien des situations, si le recours collectif n'existait pas, le consommateur n'aurait que des droits théoriques. La modicité des réclamations, les difficultés d'accès aux tribunaux et le peu de propension du consommateur moyen à s'adresser aux tribunaux pour régler un conflit avec un commerçant font en sorte que très peu de consommateurs recourent aux services judiciaires. Le recours collectif vise à contrer les inégalités systémiques et à réparer les dommages qui ne pourraient être réparés autrement²¹⁵. En favorisant l'accès à la justice et en permettant de cumuler des actions aux sommes modiques, les recours collectifs amènent les commerçants à changer leurs comportements²¹⁶. Il n'est donc pas étonnant qu'une grande proportion des

²⁰⁹ Pierre Claude LAFOND, «Le recours collectif et la loi sur la protection du consommateur: complicité, unité, complémentarité », 2012-2013, vol 8, *The Canadian Class Action Review*, page 3-23

²¹⁰ CONFERENCE POUR L'HARMONISATION DES LOIS AU CANADA, Section de droit civil, Rapport du Comité de la CHLC sur les recours collectifs et les Questions intergouvernementales connexes : contexte, analyse et recommandations, Vancouver, mars 2005 et *Western Canadian Shopping Centres Inc. v. Dutton*, [2001] 2 S.C.R. 250

²¹¹ L'HONORABLE FRANK IACOBUCCI, «*What is Access to Justice in the Context of Class Action?* », 2011, vol. 53, S.C.L.R. (2d) 17-30

²¹² L'ASSOCIATION DU BARREAU CANADIEN, Affaires juridiques et gouvernementales, Groupe de travail sur les recours collectifs, «*Document de consultation : Protocole judiciaire canadien de gestion de recours collectifs multi-juridictionnels*», Ottawa, juin 2010

²¹³ Ce terme provient de l'arrêt *Dutton*, *supra* note 210, sous la plume de l'honorable juge en chef Beverly McLaghlin

²¹⁴ *Western Canadian Shopping Centres v. Dutton*, *supra* note 210 et Janet WALKER, «Class Actions in Canada: Cases, Notes and Materials», Walker & Watson, Toronto, Edmon Montgomery Publications, Toronto, 2014, Chapitre 1 Craig JONES et Janet WALKER, « Introduction: Class Proceedings »

²¹⁵ Pierre-Claude Lafond, *supra* note 209

²¹⁶ John KLEEFELD, «Homo Legislativus : Missing Link in the Evolution of ``Behaviour Modification``», 2011, 53 S.C.L.R. (2d) 169-217 et Janet WALKER, «Class Actions in Canada: Cases, Notes and Materials», Walker & Watson, Toronto, Edmon Montgomery Publications, Toronto, 2014, Chapitre 8 Michael ROSENBERG, «*Chapter 8: Consumer Protection and Product Liability*»

recours collectifs soient fondés sur le droit de la consommation. En 2009, une étude canadienne révélait que 66 % des recours collectifs était des causes liées à la consommation²¹⁷. Le recours collectif vient donner des ailes aux droits des consommateurs²¹⁸. C'est sans doute pourquoi, depuis le début, il est en étroite relation avec le droit de la consommation. Ces deux complices ont un rapport d'utilité et de complémentarité²¹⁹.

4.1. Les problèmes identifiés par nos experts

En entrevue, la très grande majorité de nos experts s'est inquiétée du fait que les provinces ne sont pas toutes intervenues pour limiter les clauses restreignant l'accès des consommateurs aux tribunaux. De telles clauses limitent l'accès aux recours collectifs ou à la compétence de la Cour ou encore forcent le consommateur à intenter son recours dans une autre juridiction que celle où il réside. Les experts s'inquiètent aussi du fait que les règles portant sur la condamnation pour frais varient considérablement selon les provinces. Ces différences peuvent avoir d'importantes conséquences sur le consommateur puisque l'ampleur de l'impact financier d'une défaite à la cour dépend de la juridiction dans laquelle le recours collectif a été intenté.

Les experts ont longuement discuté des recours collectifs multi-jurisdictionnels. Il était notamment question du manque d'uniformité entre les provinces concernant les membres de la classe nationale non résident de la province où le recours a été intenté. La raison? Certaines provinces ont adopté l'option du droit de retrait (*le opt-out*) alors que d'autres ont adopté l'option d'inclusion (*le opt-in*). Comment, dans un tel contexte, s'assurer que tous les Canadiens ont les mêmes droits?

Les experts étaient aussi inquiets du fait que, lorsqu'une cause d'actions a lieu à travers le Canada, plusieurs recours peuvent être intentés dans des provinces différentes. La multiplicité des recours peut alors nuire à l'administration de la justice, puisqu'il y a un risque de décisions contradictoires pour des causes similaires.

Dans un cas comme dans l'autre, les demandeurs peuvent être affectés négativement. En raison de l'incertitude de la classe, le nombre de membres risque d'être peu élevé, ce qui réduit les économies d'échelle. La situation peut également affecter les défendeurs, puisque plusieurs recours augmentent les frais de défense et l'incertitude.

Par ailleurs, certains experts ont mentionné des accros quant à la base de données pour les recours collectifs multi-jurisdictionnels. En effet, il appert que certains avocats tardent à inscrire leurs recours dans la base de données, ce qui risque de créer des dédoublements de recours.

²¹⁷Jasminka KALAJDZIC, « Consumer (In) Justice: Reflections on Canadian Consumer Class Actions », Canadian Business, 2001, vol. 50, Canadian Business Law Journal

²¹⁸Tel que mentionné par Me Pierre-Claude Lafond, *supra* note 209

²¹⁹Pierre-Claude Lafond, *supra* note 209

4.2. Les recours collectifs multi-juridictionnels et les différentes législations provinciales

En raison du contexte économique actuel, ce qui se déroule à l'intérieur d'une province produit souvent des effets à l'échelle du pays. C'est le cas par exemple lorsqu'un bien défectueux est vendu à de nombreux consommateurs à travers le Canada. Dans les années 1990, le concept de groupe national ou de recours collectifs à portée nationale a vu le jour au Canada. À l'époque, l'objectif était d'étendre la législation ontarienne au-delà de la frontière provinciale pour permettre aux autres provinces, qui étaient alors sans législation sur les recours collectifs, d'en bénéficier. Depuis l'arrêt *Western Canadian Shopping Center Inc. c. Dutton*, plusieurs provinces se sont dotées de loi encadrant les recours collectifs. Aujourd'hui, neuf provinces ont légiféré en matière de recours collectifs²²⁰.

Le recours collectif à portée nationale atteint de nombreux objectifs. Il est utile pour le système judiciaire. Il favorise l'économie judiciaire et permet d'éviter que la détermination des faits, l'analyse judiciaire et les mesures préparatoires se fassent plus d'une fois. Il permet également d'éviter les conclusions contradictoires²²¹.

Il est aussi utile pour les demandeurs. En effet, la présence d'un groupe le plus large possible permet de maximiser la pression sur le défendeur et le potentiel d'indemnisation, ce qui est un incitatif puissant pour conclure un règlement. De plus, elle permet un meilleur accès à la justice en répartissant les frais entre un plus grand nombre de membres.

Enfin, il est utile pour les défendeurs, puisque le recours regroupe les membres ayant une cause d'action similaire, qu'ils habitent ou non dans la juridiction où l'action a été introduite. Cette même cause d'action aide à minimiser les frais.

Le recours collectif national permet aux défendeurs d'affronter tous les demandeurs potentiels dans une seule cause d'action. Ils peuvent ainsi régler le conflit avec un certain degré de certitude, le cas échéant. Tous les avantages cités précédemment s'inscrivent pleinement dans les objectifs de la trilogie de la Cour Suprême soit l'économie judiciaire, l'accès à la justice et la modification des comportements²²².

En 2005, le Rapport du comité de la CHLC sur les recours collectifs et les questions intergouvernementales connexes : contexte, analyse et recommandation ont été publiés. Dans son rapport, la Conférence pour l'harmonisation des lois au Canada (CHLC) écrivait qu'il y avait lieu de donner plus de poids aux questions stratégiques à l'appui d'un groupe national d'abstenant. Elle recommandait de permettre aux membres non-résidents de la classe nationale d'être inclus à moins d'exercer le droit de retrait (le *opt-out*)²²³. Il appert que la CHLC était alors moins inquiète de l'impact constitutionnel d'appliquer le droit de retrait pour les membres non-résidents de la province qu'elle l'avait été en 1996.

²²⁰ Dutton, *supra* note 209 et Craig JONES et Janet WALKER, *supra* note 212 et L'honorable Frank Iacobucci, *supra* note 211

²²¹ Ibid

²²² Dutton, *supra* note 210 et Class Action in Canada et Craig JONES et Janet WALKER, Chapter I— (traduction de la CHLC), *supra* note 214

²²³ Rapport du comité de la CHLC, *supra* note 210

Selon Craig Jones, « dans un recours collectif où les participants doivent indiquer expressément leur adhésion, les demandeurs passifs sont souvent laissés de côté et cette omission n'est pas à leur seul désavantage. En effet, la valeur de leurs demandes et le coût des préjudices subis ne sont pas intégrés à l'évaluation des sommes à imputer au défendeur, ce qui affaiblit la dissuasion. De plus, la valeur de leurs demandes ne contribue pas aux économies d'échelles permises par la poursuite et, par conséquent, les coûts du litige augmentent; cela occasionne une hausse des règlements globaux et du montant d'indemnisation par demande. Ainsi la décision de ne pas participer au recours collectif (ou de ne pas prendre de décision à ce sujet) n'a pas pour seul effet de priver d'indemnisation les membres passifs du groupe, mais elle démunit aussi les sommes recouvrées par les membres du groupe qui ont effectivement demandé de participer au recours »²²⁴.

En 2006, la CHLC énonçait des recommandations quant à la définition de la classe nationale. Elle voulait faire des clarifications au sujet des conséquences d'un jugement au stade de la certification. Elle recommandait que, lorsqu'une requête en autorisation est acceptée, un avis soit donné aux avocats engagés dans des recours collectifs similaires²²⁵ dans d'autres juridictions. De plus, elle mettait l'accent sur la mise en place de règles uniformisées et de systèmes dans le but de permettre aux tribunaux et aux avocats au dossier d'être informés de ce qui se passe dans les autres juridictions et ainsi d'éviter des conflits en vertu des principes de courtoisie judiciaire. De plus, dans ce rapport, la CHLC recommandait d'établir une base de données de tous les recours collectifs afin d'éviter des doublons de recours²²⁶.

En 2011, l'Association du Barreau canadien (ABC) publiait le Protocole judiciaire canadien de gestion des recours collectifs. Le but du protocole visait à utiliser les différentes dispositions provinciales sur les recours collectifs afin d'établir un système dans lequel les recours collectifs qui risquent de se chevaucher puissent suivre leur cours devant les tribunaux de façon encore plus ordonnée. L'une des solutions du protocole est d'établir une liste des avocats impliqués dans ce type de recours. Le protocole visait à favoriser la communication des tribunaux en matière de gestion d'instance. L'accord visait également à permettre des audiences conjointes en matière de règlement²²⁷.

Malgré les efforts d'harmonisation, il existe encore plusieurs divergences en matière de recours collectifs multi-juridictionnels qui ont ultimement l'effet d'affecter le droit des consommateurs qui pourraient faire partie de ces recours.

²²⁴ Craig Jones, «The Case for the National Class», 2004, 1 Can. Class Act. Rev. 29, page 40-41 et Rapport du comité de la CHLC *supra* note 212

²²⁵ Ici, nous faisons références à la notion de questions communes. «En effet, les cours ontariennes se sont souvent satisfaites de l'existence d'une simple question commune entre les membres résidents et les membres non-résidents pour s'attribuer juridiction sur un groupe pancanadien. (...) Ainsi, les tribunaux ontariens ont jugé que des membres domiciliés à l'étranger peuvent valablement être inclus dans un groupe lorsqu'ils ont la même réclamation à faire valoir contre les défendeurs que les résidents de la province, même si leurs réclamations peuvent être incluses dans un groupe lorsqu'ils ont la même réclamation contre les défendeurs que les résidents de la province, même si leurs réclamations sont basées sur des faits qui se sont entièrement produits à l'extérieur de la province», Daniel BELLEAU, Maxime NASR et Alexandra SCOTT, «Les recours collectifs nationaux au Québec-Mais de quelle nation s'agit-il? », *Développements récents en recours collectifs* 2009, volume 312

²²⁶ UNIFORM LAW CONFERENCE OF CANADA, Civil Law Section, «Supplementary Report on Multi-Jurisdictional Class Proceedings in Canada», The Special Working Group on Multi-Jurisdictional Class Action Proceedings, Edmonton, 2006

²²⁷ L'Association du Barreau canadien, *supra* note 212

4.3. La classe nationale et les membres non-résidents

Une première cause de divergence entre les provinces porte sur les membres de la classe nationale n'étant pas résidents de la province où le recours collectif a été introduit. Les provinces se divisent entre deux groupes : les provinces qui ont adopté l'option d'inclusion (*opt-in*) pour les membres non-résidents et celles qui ont adopté l'option d'exclusion (*opt-out*).

Lorsqu'un recours est intenté dans une province qui a adopté l'option (*opt in*), les membres non-résidents, s'ils veulent faire partie du recours collectif, doivent demander d'être inclus dans la classe nationale. Par contre, les membres résidents sont inclus d'emblée; par ailleurs, s'ils le veulent, ils peuvent demander d'être exclus. La Colombie-Britannique, l'Alberta, le Nouveau-Brunswick ainsi que Terre-Neuve-et-Labrador ont adopté l'option d'inclusion (*opt-in*). Par ailleurs, en 1996, la CHLC favorisait l'option d'inclusion pour les membres non-résidents de la province où l'action a été intentée²²⁸.

Le cas de la Colombie-Britannique mérite d'être étudié. En matière de classe nationale, cette province applique un critère similaire à celle de l'Ontario (voir plus bas). Dans l'arrêt *Harrington*, la Cour d'appel a reconnu la compétence des tribunaux de la Colombie-Britannique pour entendre des demandes de non-résidents puisqu'il existait une question commune à l'ensemble des membres du groupe, ce qui est suffisant comme lien pour que la cour puisse établir sa compétence²²⁹. Dans cette cause, la Cour se déclarait compétente en prenant appui sur l'arrêt *Hunt* de la Cour Suprême pour énoncer qu'il faut parfois regarder au-delà des règles traditionnelles pour déterminer la compétence de la Cour lorsque lesdites règles ne sont pas suffisantes pour assurer l'ordre et l'équité. Par exemple, en matière de biens de consommation, un fabricant peut être soumis à la juridiction de n'importe quelle province où il a vendu un bien défectueux²³⁰.

Dans cette décision, la Cour a statué sur le sort des membres non-résidents de la province. En raison de l'option d'inclusion (*opt-in*) prévue par le législateur, la cour estime que, en s'incluant volontairement au recours collectif, les membres non-résidents admettent que leur réclamation est essentiellement la même que celle des résidents²³¹. Cette action est assimilable à une acceptation de la compétence du tribunal par les membres non-résidents.

Certaines provinces ont adopté l'option de retrait (*opt-out*) pour les membres non-résidents. Ces derniers sont donc inclus dans la classe nationale sans qu'il soit nécessaire pour eux de demander de faire partie du groupe. À ce stade des procédures, la situation des membres résidents et non-résidents de la province est donc similaire. Le Québec, l'Ontario, le Manitoba et la Nouvelle-Écosse ont adopté l'option de retrait pour les membres non-résidents. En 2008, la Saskatchewan a modifié sa loi, afin d'adopter l'option de retrait (*opt-out*) pour les membres non-résidents.

Le cas de l'Ontario mérite d'être étudié plus en profondeur. La législation ontarienne ne traite aucunement du sort des groupes nationaux. L'absence de précision dans la loi quant aux

²²⁸ Class Action in Canada et Craig JONES et Janet WALKER, *supra* note 214

²²⁹ *Harrington c. Dow Coining Corp.*, 2000 BCCA 605 (CanLII)

²³⁰ *Harrington*, *Ibid* et Daniel BELLEAU, Maxime NASR et Alexandra SCOTT, *supra* note 225

²³¹ *Supra* note 229

membres de la classe nationale n'étant pas résidents de la province n'a pas été interprétée comme un empêchement pour certifier une classe nationale, mais plutôt comme une possibilité de le faire. Depuis les années 1990, les tribunaux ontariens ont accepté l'inclusion des membres non-résidents²³². Ainsi les tribunaux ontariens ont réservé un accueil plus favorable aux groupes nationaux²³³. L'Ontario est devenue la juridiction par défaut lors de la certification d'une classe nationale²³⁴. Si les membres de la classe nationale veulent être retirés du groupe, ils doivent le faire savoir.

Le critère pour déterminer si les causes de diverses personnes peuvent former une classe nationale est celui du rattachement. Ce critère est lié aux questions communes. Il semble que, dès que le tribunal a compétence envers les membres résidents en raison de l'existence d'un lien réel et substantif entre les réclamations communes de ces membres et la province appelée à trancher le différend, il suffit de démontrer la question commune entre les membres résidents et non-résidents pour que le tribunal puisse entendre le litige des membres non-résidents²³⁵. Les tribunaux ontariens se sont basés sur un jugement de la Cour Suprême afin de justifier cette interprétation libérale du critère de la compétence territoriale²³⁶.

Le cas du Québec mérite également d'être étudié en profondeur. La législation québécoise ne traite ni de la question des groupes nationaux ni de la situation des membres non-résidents. Par contre, en matière de recours collectifs, elle peut s'appliquer à des membres non-résident de la province²³⁷.

Les tribunaux québécois, tout comme ceux des autres provinces, reconnaissent qu'il doit exister un lien réel et substantiel entre la cause d'action et le tribunal saisi du litige pour déterminer la compétence territoriale²³⁸. De plus, en 2008, la juge Grenier, dans l'arrêt *Brito c. Pfizer*, écrivait qu'il n'est pas opportun pour la Cour de décliner compétence. La juge Grenier a plutôt convenu que le tribunal compétent est celui où le lien entre l'acte dommageable et la juridiction est le plus fort. Plus précisément, le critère est si chaque recours pris individuellement au fond avait un fondement juridique au Québec. Afin de faire échec à l'attribution de la compétence au tribunal québécois, le défendeur doit réussir à mettre en preuve qu'un autre tribunal est mieux à même d'exercer sa compétence.

Ces distinctions entre les provinces ont un impact important. Selon qu'un recours est introduit dans une province plutôt que dans une autre, les droits des consommateurs peuvent être

²³² *Nantais c. Teletronics Proprietary (Canada) Ltd.*, 1995 CanLII 7113 (ON SC), *Carom c. Bre-X Minerals Ltd.*, 1999 CanLII 1478 (ON SC) et Marie AUDREN et Emmanuelle ROLLAND « Overview of the Canadian Class Action », dans colloque nationale sur les recours collectifs: développements récents au Québec, au Canada et aux États-Unis, 2014

²³³ Daniel BELLEAU et Maxime NASR et Alexandra SCOTT, *supra* note 225

²³⁴ Rapport du comité de la CHLC, *supra* note 210

²³⁵ Daniel BELLEAU et Maxime NASR et Alexandra SCOTT, *supra* note 225, *Boulanger c. Johnson & Johnson Corp.*, 2003 CanLII 45096 (ON SCDC), *Serhan c. Johnson & Johnson Corp.*, 2004 CanLII 1533 (ON SC), *Segnitz c. Royal & Sun Alliance Insurance Co. of Canada*, 2003 CanLII 34059 (ON SC), *Chadha c. Bayer*, 1999 CanLII 14812 (ON SC), *Carom c. Bre-X*, précité, *Robertson c. Thompson Corp.* 1999 CanLII 14768 (ON SC) et *Nantais*, *supra* note 232

²³⁶ Ibid

²³⁷ Daniel BELLEAU et Maxime NASR et Alexandra SCOTT *supra* note 225 et *Brito c. Pfizer Canada Inc.*, 2008 QCCS 2231 (CanLII)

²³⁸ Daniel BELLEAU et Maxime NASR et Alexandra SCOTT, *supra* note 225 et *Morguard Investment Ltd c. De Savoye*, [1990] 3 R.C.S. 1077 et *Hunt c. T&N PLC*, [1993] 4 R.C.S. 299

affectés de façon significative, ce qui a un effet sur l'accessibilité à la justice des consommateurs.

4.4. La coopération entre les tribunaux

Une autre cause de divergence est liée à la coopération entre les tribunaux. Malgré les divers protocoles favorisant la coopération, il y a encore des problèmes sur ce plan. En effet, en 2013, des juges de l'Ontario et du Québec ont tenu une audience commune à Edmonton afin de faciliter le règlement des recours collectifs portant sur la même affaire de sang contaminé par l'hépatite C. La Cour d'appel de la Colombie-Britannique a statué qu'un juge de cette province n'était habilité à siéger à une audience commune dans le cadre d'un recours collectif multi-juridictionnel que s'il siégeait physiquement dans une salle d'audience et qu'il participait à l'audience par vidéoconférence ou par un autre moyen technologique²³⁹.

4.5 La communication entre les avocats

La troisième cause de divergence entre les diverses juridictions est liée à la communication entre les avocats impliqués dans des recours collectifs ayant des causes d'action similaires. Le protocole de l'Association du Barreau canadien (ABC) visait entre autres à introduire et à maintenir la base de données de recours collectifs à teneur nationale. Tel que mentionné précédemment, malgré l'implantation d'un registre des recours collectifs, il appert qu'en pratique ce n'est pas tous les avocats qui se conforment à cette pratique. En effet, certains avocats tardent à inscrire leurs recours dans la base de données²⁴⁰, ce qui peut réduire son efficacité. Certaines juridictions ont intégré des parties du protocole dans leurs règles de pratiques; c'est le cas de la Cour Fédérale, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse, du Québec, de l'Ontario, de la Saskatchewan, de l'Alberta, de la Colombie-Britannique et du Yukon.

Par contre, certaines règles vont plus loin que d'autres, c'est le cas au Québec. En effet, les recours initiés dans cette province doivent être inscrits dans la base de données québécoise. Par la suite, les informations qui se trouvent dans cette base de données sont transférées dans la base de données canadienne. C'est sans doute ce qui explique que le Québec a un très haut taux d'enregistrement de recours.

4.6 Les différences quant à la condamnation pour frais

Quand une partie perd sa cause, elle peut devoir payer des frais. Cela peut avoir un impact important dans le cadre des recours collectifs. Au Canada, les règles quant à la condamnation pour frais (dépens) varient d'une province à l'autre. Il y a les provinces où il n'y a pas de frais à

²³⁹ *Endean v. Canadian Red Cross*, 2013 BCCS 1074, *Parsons v. The Canadian Red Cross Society*, 2013 ONSC 3053 et en appel *Endean v. British Columbia*, 2014 BCCA 61

²⁴⁰ Civil Litigation Conference-2014

<http://static1.1.sqspcdn.com/static/f/299713/24639955/1396021370360/Whither+Canada+Why+Don%27t+We+Know+Where+to+Litigate+and+Why+do+We+Take+So+Long.pdf?token=B7XLkuWIH77PEqrOVvcs%2BDRFRM%3D>

payer (sauf dans des cas exceptionnels), celle où les frais sont limités par la loi et celles où une partie peut être condamnée à payer des frais importants²⁴¹.

Les provinces où il n'y a pas que très rarement des frais à payer en cas du rejet de la demande de recours collectifs sont la Colombie-Britannique, la Saskatchewan, le Manitoba ainsi que Terre-Neuve-et-Labrador²⁴². Dans ces provinces, les demandeurs risquent peu lorsqu'ils introduisent un recours collectif. En fait, il ne peut y avoir des frais que si le défendeur convainc la cour que l'action des demandeurs est frivole et abusive. Établir un tel fardeau de preuve est lourd.

La situation est différente au Québec. L'article 477 du Code de procédure civile (Cpc) prévoit que la partie qui « succombe » supporte les dépens²⁴³. Dans un recours collectif, les dépens sont régis par l'article 1050.1 du Cpc. On y énonce que les honoraires judiciaires sont calculés comme s'il s'agissait d'une action de la classe II-A du Tarif des honoraires judiciaires des avocats, ce qui signifie que la valeur de l'action du litige se situe entre 1 000 \$ et 3 000 \$²⁴⁴. D'autres frais s'appliquent en vertu du tarif²⁴⁵. Ils sont calculés selon la classe II-A. Le tarif prévoit notamment des frais pour des requêtes incidentes et des interrogatoires ainsi que dans le cas d'un jugement au mérite et d'un appel.

Par ailleurs, le législateur est intervenu afin de limiter les conséquences de condamnation aux frais pour les demandeurs de recours collectifs. En effet, l'honoraire additionnel prévu à l'article 1050.1 du CpC prévoit que l'article 42 du Tarif des honoraires judiciaires des avocats ne s'applique pas pour ces demandeurs. S'il s'appliquait, la partie gagnante aurait droit à un honoraire additionnel sur toute cause dont la valeur de l'action est supérieure à 100 000 \$. Cet honoraire additionnel représenterait 1 % de l'excédent de 100 000 \$. Par exemple, si l'objet du litige était de 1 000 000 \$, l'honoraire additionnel, qui serait calculé à partir d'une somme de 900 000 \$, serait de 9 000 \$. À tout égard, le Fond d'aide au recours collectif paiera les frais de la partie qui succombe aux dépens s'il a financé le recours²⁴⁶.

De plus, en 2016, un nouveau code de procédure entrera en vigueur. Ce code de procédure énonce également le principe que la partie qui « succombe » supporte les dépens. Nous avons étudié le code de procédure à l'hiver 2014-2015, soit celui qui était en vigueur au Québec au moment de la rédaction de ce rapport. Le 1er janvier 2016, la majorité des dispositions du nouveau code de procédure civile entrera en vigueur. Le principe de la partie qui succombe aux dépens y sera maintenu, mais le tarif sera abrogé et il y aura des modifications quant aux honoraires octroyés²⁴⁷.

²⁴¹ Janet WALKER, «Class Actions in Canada: Cases, Notes and Materials», Walker & Watson, Toronto, Edmon Montgomery Publications, Toronto, 2014, Chapter V, Fees and Costs, Luciana BRASIL and Jasminka KALAJDZIC et Marie AUDREN et Emmanuelle ROLLAND *supra* note 232

²⁴² Brasil & Kalajdzic, *supra* note 240

²⁴³ Code de procédure civile, RLRQ c C-25

²⁴⁴ Tarif des honoraires judiciaires des avocats, RLRQ c B-1, r 22 et André, DUROCHER, «Une grosse carotte, un gros bâton: l'accès à la justice et les aspects financiers de la pratique en matière de recours collectifs», dans Colloque national sur les recours collectifs : Développements récents au Québec, au Canada et aux États-Unis, 2013

²⁴⁵ Dans le cadre de notre recherche, nous n'avons pas étudié les autres frais pouvant être calculés dans les dépens, notamment les frais de greffe

²⁴⁶ Loi sur le recours collectif, RLRQ c R-2.1

²⁴⁷ Code de procédure civile, *supra* note 243

Certaines provinces permettent à la cour de condamner le demandeur à payer des frais importants lorsqu'une demande de certification ou l'action aux mérites est rejetée. Ces provinces sont l'Ontario, l'Alberta, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse. Il existe un large éventail de frais qui peuvent être réclamés à la partie qui perd sa cause, que ce soit lors d'un rejet de la demande de certification, après la certification ou lors du jugement au mérite.

En Ontario, il n'est pas exceptionnel de voir, au stade de la certification, une condamnation pour frais qui dépasse la somme de 500 000 \$. Le juge Belobaba, de la Cour Supérieure de l'Ontario, est inquiet face au risque de condamnation aux frais puisque, selon lui, celle-ci constitue un obstacle important à l'accessibilité de la justice²⁴⁸. Il est toutefois possible de demander à la cour d'exercer sa discrétion et de lever la condamnation pour frais. En Ontario, la Cour devra se demander s'il s'agit d'une cause type, d'un point de droit nouveau ou si la cause est d'intérêt public. Dans ces trois cas, la cour peut exercer sa discrétion et dispenser la partie qui « succombe » de payer des frais. En Nouvelle-Écosse, en exerçant sa discrétion, la Cour devra se demander si la condamnation au frais servira le principe de l'économie de la justice²⁴⁹.

Les risques associés à la condamnation pour frais ne sont généralement pas assumés par le représentant demandeur, mais par le cabinet qui le représente ou par une tierce partie; en Ontario, il peut aussi être assumé par le Fonds d'aide au recours collectif²⁵⁰. Parce que quelques condamnations aux dépens peuvent financièrement paralyser ceux qui assument les frais; les bailleurs de fonds potentiels des recours collectifs doivent être très prudents en choisissant leurs causes²⁵¹.

Malgré le risque d'une condamnation pour frais, l'Ontario demeure une juridiction prisée pour l'introduction des recours collectifs multi-juridictionnels. Ceci peut se justifier en partie par l'existence du Fonds d'aide aux recours collectifs. Par contre, plusieurs auteurs mentionnent que cet organisme manque de fonds. À cause du peu de financement qu'il reçoit, le fonds doit choisir les causes qu'il finance avec prudence. Des défaites importantes pourraient l'anéantir financièrement²⁵².

²⁴⁸ Marie AUDREN et Emmanuelle ROLLAND, *supra* note 232, *Sankar v. Bell Mobility*, 2013 ONSC 6886 (CanLII), *Crisante v. Orthopaedics*, 2013 ONSC 6351 (CanLII), *Canada (A.G.)*, 2013 ONSC 6887 (CanLII), *Dugal v. Manulife Financial*, 2013 ONSC 6354 (CanLII) et *Rosen v. BMO Nesbitt Burns Inc.*, 2013 ONSC 6351 (CanLII)

²⁴⁹ Brasil & Kalajdzic, *supra* note 241

²⁵⁰ Ce fonds existe également au Québec, où les risques de condamnation aux frais sont beaucoup moins élevés.

²⁵¹ Craig JONES et Janet WALKER, Chapter I— (traduction de la CHLC), *supra* note 210

²⁵² *Ibid*

4.7 Les clauses limitant l'accès à la justice des consommateurs canadiens : les clauses forçant l'arbitrage

L'un des trois objectifs principaux des recours collectifs est de modifier les comportements des défendeurs²⁵³. L'idée est que les « malfaisants éventuels » vont modifier leurs comportements afin d'éviter qu'un recours collectif soit intenté contre eux. Or, il appert que ceux-ci réagissent à ce risque non pas en modifiant leurs comportements, mais en créant un régime de règlements de différends privés. L'une des façons de le faire est d'insérer des clauses dans le contrat de consommation, forçant le consommateur à soumettre tout différend à l'arbitrage et l'empêchant ainsi d'être membre d'un recours collectif²⁵⁴. À plusieurs reprises, les tribunaux ont reconnu la validité de ces clauses, empêchant ainsi le consommateur d'avoir accès aux tribunaux²⁵⁵. Les Cours fondaient leur décision sur le fait que le contrat est la volonté des parties et que le consommateur avait consenti aux termes du contrat. Plusieurs auteurs et organismes voués à la protection du consommateur ont dénoncé cette interprétation de la liberté des parties parce que le contrat entre le consommateur et le commerçant est un contrat d'adhésion, ce qui signifie qu'il est imposé au consommateur et que ce dernier n'a pas le pouvoir de le négocier librement²⁵⁶.

Le législateur de l'Alberta a été le premier à intervenir. En 1998, il décida non pas de les interdire, mais de les limiter fortement. En effet, le Fair Trading Act (FTA) énonce deux obligations à respecter pour que ce type de clauses se trouve dans un contrat de consommation. La première est que cette clause doit obtenir une approbation ministérielle. La seconde est que le consommateur doit y consentir par écrit²⁵⁷. Ces restrictions ont l'effet de limiter très fortement l'utilisation de ces clauses dans des contrats de consommation.

En 2002, le législateur de l'Ontario est intervenu, pour interdire ce type de clauses²⁵⁸. Puis, au Québec, en 2007, à la suite d'une décision de la Cour Suprême donnant primauté à la volonté des parties et à l'arbitrage²⁵⁹, le législateur québécois est intervenu à son tour pour les interdire²⁶⁰. Récemment, en septembre 2014, la Saskatchewan a également interdit ces clauses dans les contrats de consommation²⁶¹.

La situation est moins limpide pour les autres provinces. En ce qui concerne la Colombie-Britannique, en 2011, dans l'arrêt *Seidel c. TELUS Communications inc.*, la Cour Suprême du

²⁵³ Dutton, *supra* note 210

²⁵⁴ John Kleefeld, «Homo Legislativus: Missing Link in the Evolution of «Behaviour Modification? », vol 53 *S.C.L.R.* (2d), 2011, page 1690-1670

²⁵⁵ Ibid, Shelley MCGILL «Consumer Arbitration after *Seidel v. Telus*», Canadian Business Law Journal, 2011, vol. 51, page 190-192, *Kanitz c. Rogers Cable Inc.*, 2002 CanLII 49415 (ONSC), *Dell Computer Corp. c. Union des consommateurs*, [2007] 2 R.C.S.34 et dans *Frey c. Bell Mobility*, 2010 SKCA 30 (CanLII), la Cour a indiqué être lié par la décision de la Cour Suprême dans *Dell Computer*

²⁵⁶ John KLEEFELD, *supra* note 254, Shelley MCGILL, *supra* note 255, Vincent GAUTRAIS, «Le vouloir électronique selon Dell Computer : dommage! », 2007, Vol 37 Rev. Gen. 407 et OPTION CONSOMMATEURS « l'arbitrage collectif: une solution pour les consommateurs », Étude présenté au Bureau de la consommation d'Industrie Canada, 2007

²⁵⁷ Art 16 FTA.

²⁵⁸ ART 7 (2) LO-2002

²⁵⁹ *Dell Computer*, *supra* note 255

²⁶⁰ Art 11(1) LPC

²⁶¹ Art 101 (1) (2)CPBPA-SS

Canada a reconnu que les clauses d'un contrat de consommation imposant l'arbitrage et empêchant l'accès au recours collectif étaient invalides puisqu'elles contrevenaient à la loi sur la protection du consommateur (BPCPA-BC)²⁶². En effet, la cour a conclu qu'une disposition de cette loi donnait compétence à la Cour suprême de la Colombie-Britannique pour entendre des litiges pour un recours spécifique et un autre article énonçait explicitement qu'un consommateur ne pouvait pas y renoncer préalablement dans un contrat de consommation. La Cour suprême a conclu que la loi empêchait implicitement ce type de clauses. À la suite de cette décision, le législateur n'a pas modifié la loi et les tribunaux continuent d'appliquer l'arrêt *Seidel* en matière de clause d'arbitrage.

La situation est encore plus complexe dans les autres provinces puisqu'il n'y a pas eu d'intervention législative pour interdire ces clauses. Lorsqu'un recours est contesté au motif de clause d'arbitrage, les tribunaux regardent la législation pour déterminer s'il y a un empêchement à ce type de clauses. Depuis *Seidel*, il est possible, en présence d'une intention implicite du législateur, de donner des pouvoirs à la cour et, ainsi, la clause d'arbitrage pourrait être écartée en faveur des tribunaux de droit commun.

A cet égard, en Nouvelle-Écosse, certaines dispositions de la loi (CPA-NS) sont similaires à celle de la Colombie-Britannique. En date de la rédaction de ce rapport, la situation n'avait pas été tranchée par les tribunaux²⁶³.

Par ailleurs, lorsqu'une loi est silencieuse, la Cour va généralement conclure qu'il n'y a pas de volonté du législateur de restreindre ce type de clauses, c'est ce qui est arrivé dans l'arrêt *Dell Computer*, la cour a donné primauté à la volonté des parties²⁶⁴.

En somme, en matière de clause contractuelle obligeant l'arbitrage de différends, ce qui dépendra de la façon dont le consommateur exercera ses droits n'est pas la cause de son action ou les chances de succès de son action, mais bien dans quelle province celui-ci réside. En effet, puisque certaines provinces restent silencieuses en matière de clause d'arbitrage obligatoire, il y a de très bonnes chances qu'une cour empêche un consommateur d'exercer ses droits devant un tribunal de droit commun en raison de la clause imposant l'arbitrage de différends. En règle générale, les tribunaux donnent primauté à la volonté des parties, et ce, malgré le fait que le contrat de consommateur est généralement un contrat d'adhésion et que le consommateur n'a pas réellement la possibilité de négocier les termes du contrat.

4.8 Les clauses imposant une loi étrangère ou un tribunal étranger

Tel que mentionné précédemment, un des objectifs des recours collectifs est de modifier le comportement des défendeurs. Malheureusement, certaines entreprises ont décidé de minimiser le risque, les coûts et le nombre de poursuites en insérant, dans leurs contrats de consommation, des clauses qui prévoient soit que les lois d'un autre état s'appliqueront à un différend éventuel, soit que le différend devra être soumis à une cour d'une juridiction étrangère. Les provinces ont adopté des règles différentes pour régir ce problème.

²⁶² *Seidel c. Telus Communication Inc.*, [2011] 1 R.C.S. 531

²⁶³ Shelley MCGILL, *supra* note 255 et CPA-NS

²⁶⁴ Shelley MCGILL, *supra* note 255 et CPA-NS

En 2004, le Comité des mesures et des normes en matière de consommation (CMC) et le CHLC ont publié un rapport où ils recommandaient que le consommateur ait « le choix d'instituer des procédures contre le vendeur soit devant les tribunaux de la juridiction du consommateur ou les tribunaux de la juridiction du vendeur » lorsque :

« a) le contrat de consommation est le résultat d'une offre d'affaires dans la juridiction du consommateur par ou au nom du vendeur et le consommateur a pris toutes les mesures nécessaires à la conclusion du contrat de consommation dans la juridiction du consommateur;
« b) la commande du consommateur a été reçue par le vendeur dans la juridiction du consommateur;
ou « c) le consommateur a été incité par le vendeur à voyager dans une juridiction étrangère aux fins de la conclusion du contrat et le voyage du consommateur a été organisé par le vendeur²⁶⁵ .

Tel que mentionné dans la section I, l'accord d'harmonisation portant sur les ventes par internet reste muet sur la question de la juridiction²⁶⁶.

Les provinces ont légiféré de façon différente à ce sujet. D'une part, certaines provinces rendent inopposable aux consommateurs les clauses qui permettent de soumettre le différend à un tribunal étranger ou d'appliquer des lois d'un état étranger.

Au Québec, l'article 3149 du CcQ énonce que les autorités québécoises sont compétentes pour entendre un litige lié à un contrat de consommation et que la renonciation par le consommateur ne peut lui être opposée²⁶⁷. De plus, l'article 19 de la LPC interdit qu'une loi autre que celle émanant du parlement du Québec ou de celui du Canada s'applique au contrat de consommation²⁶⁸. En Ontario, l'article 7 (2) de la LO-2002 énonce qu'une stipulation qui empêche un consommateur de saisir la Cour supérieure de l'Ontario est invalide²⁶⁹. La loi Albertaine est similaire à cet égard. En effet l'article 2 (1) du FTA énonce qu'une renonciation à des droits conférés par cet acte est nulle²⁷⁰. L'article 13 (1) du FTA énonce qu'un consommateur qui subit un dommage à la suite d'un contrat de consommation ou d'une pratique de commerce interdite peut intenter un recours devant la Cour Supérieure²⁷¹.

Pour ce qui est de la Saskatchewan, la nouvelle loi est entrée en vigueur en septembre 2014; à la lecture des articles 101 et 102 (2) du CPBPA-SS, nous comprenons que, dans un cas de dommage en lien avec un contrat de consommation, cette loi s'applique à un consommateur qui habite

²⁶⁵ CONSUMER MEASURES COMMITTEE «The Determination of Jurisdiction in Cross-Border Business-to-Consumer Transactions: A Consultation Paper », 2001 et Cara NEUMUELLER, «Are we ``there``yet? An Analysis of Canadian and European Adjudicatory Jurisdiction Principles in the Context of Electronic Commerce Consumer Protection and Policy Issues »3 U. Ottawa L. & Tech J. 421

²⁶⁶ Accord d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet,

²⁶⁷ Art. 3149 CcQ., RLRQ c C-1991 et Cara NEUMUELLER *supra* note 265

²⁶⁸ Art. 19 LPC

²⁶⁹ Art 7 (2) LO-2002, Cara NEUMUELLER *supra* note 265

²⁷⁰ Art 2 (1) FTA

²⁷¹ Art 13 FTA Cara NEUMUELLER, *supra* note 265

cette province peu importe avec quelle entreprise il fait affaire ainsi qu'à un consommateur qui habite ailleurs s'il fait affaire avec une entreprise située en Saskatchewan²⁷².

En 2013, la Nouvelle-Écosse a ajouté l'article 25 (AN) (CPA-NS) énonçant que les clauses dérogatoires empêchant l'application de ses lois ou enlevant la compétence de ses tribunaux sont nulles et sans effets²⁷³.

En sommes, les provinces mentionnées ci-dessus rendent inopposable aux consommateurs ce type de clauses, ce qui signifie qu'en cas de différend, il sera moins coûteux pour ceux-ci de faire valoir leurs droits puisqu'ils n'auront pas à payer de frais supplémentaires, tels que des frais de déplacement, liés à un recours intenté dans une autre juridiction que celle de leur résidence.

En Colombie-Britannique, le législateur ne les a pas explicitement interdites. Par contre, nous croyons qu'un argument sur l'intention implicite du législateur pourrait être invoqué en raison de l'arrêt Seidel. En 2011, dans cette cause, la Cour Suprême a exprimé l'intention implicite du législateur de limiter les clauses dérogatoires empêchant un consommateur d'avoir accès aux tribunaux de droit commun²⁷⁴. L'article 3 de la *Business Practices and Consumer Protection Act* énonce qu'un consommateur ne peut renoncer à un droit conféré par cette loi²⁷⁵. L'article 172 énonce qu'un recours par un consommateur peut être introduit devant la Cour Suprême²⁷⁶. L'article 29 de la Loi d'interprétation énonce que la notion de Cour suprême fait référence à la Cour Suprême de la Colombie-Britannique²⁷⁷. Dans un jugement de 2014, dans une affaire portant sur la juridiction territoriale de la Colombie-Britannique au stade de la certification d'un recours collectif, la juge Griffin a rejeté l'argument que l'arrêt Seidel n'était procédural qu'en espèce²⁷⁸. Dans cet arrêt, Facebook, tentait de faire valoir une clause dérogatoire, énonçant qu'un litige devait être entendu en Californie plutôt qu'en Colombie-Britannique. Facebook a également tenté d'invoquer l'article 11 de *Court Jurisdiction and Proceedings Transfer Act* (CJPTA). La juge Griffin a conclu que les critères établis par cet article n'étaient pas satisfaits en l'espèce. De plus, dans l'article 12 de cette même loi, on énonce que, lors d'un conflit de lois entre la CJPTA et une autre législation de la Colombie-Britannique ou du Canada, la loi de ces dernières aura préséance²⁷⁹.²⁸⁰

En 2006, une auteure écrivait que le législateur du Nouveau-Brunswick restait muet quant aux clauses limitant la compétence de la cour lorsqu'un consommateur y avait renoncé dans un contrat²⁸¹.

²⁷² Art 101 (1) (b) et 102 CPBPA-SS

²⁷³ Art 25 AN CPA-NS

²⁷⁴ *Seidel c. Telus Communication Inc.*, *supra* note 255

²⁷⁵ Art 3 BPCPA-BC

²⁷⁶ Art 172 BPCPA-BC

²⁷⁷ Art 29 Interpretation Act, RSBA, c. 238

²⁷⁸ *Douez c. Facebook*, 2014 BCSC 953

²⁷⁹ *Court Jurisdiction and Proceedings Transfer Act*, SBC 2003, c 28

²⁸⁰ A noter : au moment de la publication de ce rapport, un jugement de la Cour d'appel de la Colombie Britannique renversait le jugement de la Cour Suprême de cette même province. L'analyse contenue dans ce paragraphe se base sur le jugement de la Cour Suprême. *Douez v. Facebook*, 2015 BCCA 279

²⁸¹ Cara NEUMUELLER, *supra* note 265

En sommes, lorsque les législations ne limitent pas explicitement la renonciation des parties à la compétence de la cour, les consommateurs sont moins protégés. De plus, si la cour peut trouver une intention implicite du législateur de limiter ces clauses, la compétence de la cour de la juridiction du consommateur peut être reconnue. Lorsque la loi est complètement silencieuse quant à la compétence de la cour, il y a un réel danger que le consommateur doive intenter son recours dans une autre juridiction. Selon Cara Neumueller, le manque d'harmonisation ainsi que l'absence de normes précises et prévisibles qui gouvernent la compétence de la cour réduisent la protection des consommateurs²⁸².

4.9 Les résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de recours collectifs

Dans le cadre de notre sondage, nous avons surtout porté attention aux connaissances des répondants sur les recours collectifs. Nous avons simplifié des questions de droits complexes afin que des non-juristes puissent être en mesure de comprendre le sens de nos questions. Nous avons voulu savoir s'il existait des différences régionales concernant la compréhension des règles régissant les recours collectifs. Ces derniers outrepassent souvent les frontières provinciales. Il est aussi particulièrement intéressant d'évaluer les connaissances des consommateurs qui vivent dans une province interdisant les clauses qui limitent l'accès aux tribunaux. Il est possible que la connaissance de ces dispositions légales puisse avoir un effet sur leur participation ou non à un recours²⁸³.

Nous avons demandé aux répondants s'ils croyaient que les règles encadrant les recours collectifs étaient les mêmes dans chaque province. Plus de deux personnes sur cinq (41,5 %) ne le savait pas. Très peu de répondants croit qu'il s'agit des mêmes règles (7,9 %), alors que la majorité croit que les règles sont semblables, mais qu'il existe des différences entre les provinces (31,4 %). Nous n'avons pas trouvé de différence statistique entre les régions.

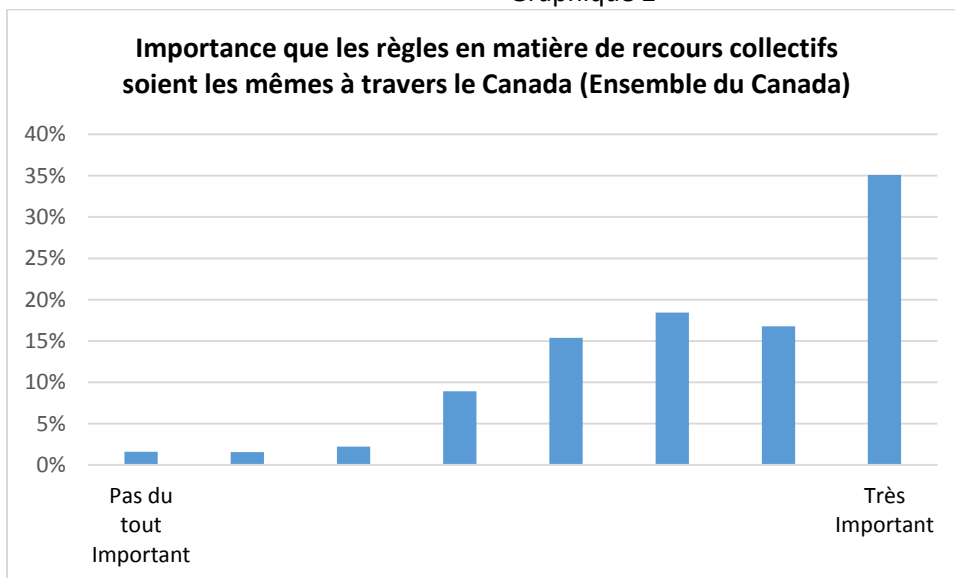
De plus, les Canadiens aimeraient que les règles en matière de recours collectifs soient les mêmes dans toutes les provinces. Ainsi à la question « Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas du tout important et 8 étant très important, pensez-vous qu'il est important que les règles en matière de recours collectif soient les mêmes dans toutes les provinces? », la grande majorité indique qu'il est important d'avoir les mêmes règles. La moyenne obtenue est de 6,33 sur 8 (score de 79,1 %). On retrouve 35 % des répondants qui affirment qu'il est très important que ce soient les mêmes règles dans toutes les provinces. Une nouvelle fois, notre expert a effectué une ANOVA afin de vérifier s'il existe une différence de moyennes entre les provinces. Nous avons obtenu un résultat non significatif, $F(9, 2033) 1,676 p = ,089$. Le graphique qui suit montre la répartition des réponses pour l'ensemble des participants.²⁸⁴

²⁸² Cara NEUMUELLER, *supra* note 265 -. Traduction libre.

²⁸³ Ibid

²⁸⁴ Nous avons observé sensiblement les mêmes résultats pour les autres questions du type 1 à 8 sauf pour la question 30 qui porte sur les téléphones cellulaires. Nous aurons l'occasion d'y revenir dans la section sur les cellulaires.

Graphique 2



Par ailleurs, nous voulions connaître la perception des répondants quant aux clauses limitant l'accès aux recours collectif.

Tableaux 9

Question posée : « Vous aimeriez être membre de ce recours, mais une clause de votre contrat vous oblige à vous tourner vers un arbitre en cas de conflit. Quelle solution s'offre à vous? »

a – Analyse par régions

	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	Canada
Je peux faire partie du recours collectif. La clause de mon contrat est illégale	7,6 %	24,5 %	15,3 %	10,8 %	14,0 %	14,8 %
Je dois respecter mon contrat et me tourner vers un arbitre	34,7 %	30,3 %	39,7 %	39,5 %	38,5 %	36,3 %
Je ne sais pas	57,7 %	45,2 %	45,0 %	49,7 %	47,5 %	48,9 %

b-Analyse des provinces restreignant explicitement les clauses d'arbitrages

	Québec	Ontario	Saskatchewan	Alberta	Canada
Je peux faire partie du recours collectif. La clause de mon contrat est illégale	24,5 %	15,3 %	5,4 %	11,4 %	14,8 %
Je dois respecter mon contrat et me tourner vers un arbitre	30,3 %	39,7 %	43,2 %	39,7 %	36,3 %
Je ne sais pas	45,2 %	45,0 %	51,4 %	48,9 %	48,9 %

Encore une fois, presque la majorité des répondants n'ose pas se prononcer (48,9 %).

Nous voulions voir si les répondants qui habitent dans des provinces restreignant ou interdisant les clauses d'arbitrage répondaient de façon différente. Au Québec, près d'un consommateur sur quatre (24,5 %) a répondu qu'une telle clause était illégale et que, conséquemment, il était possible de faire partie d'un recours collectif, et ce, nonobstant le contrat. Cette interprétation est en lien avec l'état du droit actuel.

Malgré le fait que ces clauses soient interdites en Ontario depuis plusieurs années, seulement 15,3 % des répondants de cette province croient pouvoir faire partie du recours. Cette distinction avec le Québec est statistiquement significative. Malgré tout, les Ontariens répondent correctement d'une façon statistiquement significative par rapport aux résidents de l'Alberta et de la Saskatchewan.

Par ailleurs, en Colombie Britannique, 14 % des répondants croient pouvoir faire partie d'un recours malgré la présence d'une clause d'arbitrage. Nous pouvons émettre l'hypothèse qu'une décision médiatisée de la Cour Suprême permettant l'accès aux recours collectifs les a influencés. Malgré l'absence de disposition explicite dans la loi, les personnes habitant en Colombie-Britannique sont proportionnellement plus nombreuses à croire qu'elles peuvent faire partie d'un recours que les personnes habitant dans les Prairies; la Saskatchewan et l'Alberta ont, dans leur loi, une disposition explicite limitant ces clauses alors que le Manitoba n'en a pas. En effet, 5,4 % des répondants de la Saskatchewan et 11,4 % de ceux de l'Alberta croient que ces clauses ne limitent pas l'accès aux tribunaux. Cette différence s'explique sans doute par le fait qu'en Saskatchewan, cette disposition de la loi n'existe que depuis septembre 2014. Par ailleurs, les consommateurs de la Saskatchewan sont plus nombreux à se sentir liés par leur contrat (43,2 %). Serait-ce qu'ils ne connaissent pas encore cette disposition? Nous pouvons conclure qu'il appert que les Québécois connaissent mieux leurs droits que les résidents des autres provinces qui limitent également ces clauses²⁸⁵. Il serait important d'informer davantage les consommateurs à ce sujet.

²⁸⁵ Nous pouvons émettre l'hypothèse que les Québécois sont mieux informés de leur droits en raison de la présence publique d'association voués à la protection du consommateur, des comités d'Accès à la justice ainsi que de la présence des enjeux de consommations tel que les recours collectifs et les clauses dans les médias

Par la suite, nous voulions connaître la perception des consommateurs quant à l'impact de ces clauses sur les autres Canadiens. Nous avons posé la question suivante : « Croyez-vous que tous les Canadiens peuvent être empêchés d'être membres d'un recours collectif à cause d'une telle clause? Un quart (25,5 %) des consommateurs ont répondu « non » puisqu'ils croient que « certaines provinces interdisent d'inscrire de telles clauses dans les contrats ». Près de 65 % (64,5 %) des répondants ne souhaitaient pas se prononcer. Toutefois, même si le pourcentage est plutôt mince (13,3 %), c'est en Ontario que les consommateurs estiment que, oui, c'est possible d'être membre d'un recours collectif puisque « la loi est la même pour tous ». En Saskatchewan, les répondants ne pouvaient répondre à cette question avec 70,3 % de « Je ne sais pas ».

5. Les cartes-cadeaux

Les cartes-cadeaux, appelées cartes prépayées dans certaines juridictions, sont de plus en plus populaires. Toutes les provinces ont donc légiféré afin de bien les encadrer. Certaines ont introduit des lois visant spécifiquement les cartes-cadeaux, d'autres ont modifié leurs lois de protection du consommateur afin de les y intégrer. Au Canada, il n'y a pas d'harmonisation entre les différentes législations provinciales en ce qui a trait aux cartes-cadeaux. Cela signifie que les normes les régissant peuvent varier d'une province à l'autre, et ce, même pour une carte provenant d'un même magasin qui a des succursales dans plusieurs provinces.

Plusieurs des experts consultés dans le cadre de cette recherche, particulièrement, ceux travaillant directement auprès des consommateurs, ont reçu des plaintes ou sont inquiets de l'impact de ces différentes lois sur les consommateurs.

5.1 Principales différences entre les législations provinciales

Les lois régissant les cartes-cadeaux sont similaires quant à leur application. Toutefois, il existe certaines particularités entre les législations provinciales qui pourraient affecter significativement le droit des consommateurs, et ce, en fonction de leur endroit de résidence.

Il est important de faire la distinction entre les différents types de cartes-cadeaux puisque les législations ne s'appliquent pas de la même façon à tous les types. Il existe trois grandes catégories de cartes-cadeaux. La première permet de faire affaire avec un seul commerçant; il s'agit, par exemple, d'une carte-cadeau pour une librairie. La deuxième peut être utilisée chez n'importe quel commerçant qui accepte une carte de crédit donnée; ces cartes sont émises par des institutions financières de juridiction fédérale. La troisième peut être utilisée chez plusieurs commerçants; il s'agit, par exemple, d'une carte venant d'un centre commercial. Parmi les cartes-cadeaux des centres commerciaux, il faut faire la distinction entre celles qui sont émises par le centre commercial et celles qui sont émises par une entreprise comme une banque ou VISA, ces dernières feront partie de la deuxième catégorie²⁸⁶.

²⁸⁶ Jacqueline D. SHINFIELD, « Regulation of Prepaid Cards in Canada », *Canadian Business Law Journal*, vol. 51 2011

5.2 Le cadre juridique des cartes-cadeaux émises par une institution financière de compétence fédérale

Le Canada étant un état fédéral, certaines compétences sont du ressort des provinces et d'autres sont exercées par le gouvernement fédéral. Les articles 91 et 92 de la Loi constitutionnelle de 1867 traitent du partage des compétences. Le fédéral a compétence pour encadrer les activités des banques et de certaines entreprises privées en raison de l'article 91 (2) (15). Les provinces quant à elle ont le pouvoir de légiférer en matière de droit civil en raison de l'article 92 (13). Les provinces peuvent également légiférer les activités de nature purement locales sur leur territoire en raison de l'article 92 (16)²⁸⁷.

Il est possible que les deux paliers de gouvernement légifèrent le même domaine d'activité tout en respectant le partage de leurs compétences respectives. Il est possible qu'une loi provinciale touche une sphère de l'activité fédérale, et ce, tout en respectant les principes liés au partage des compétences. La Cour suprême a dû statuer sur cette question.

En 2007, elle a reconnu qu'une loi provinciale visant à réglementer les assurances, domaine de compétence provinciale, pouvait s'appliquer aux banques qui vendaient de l'assurance, et ce, même si les banques sont des entreprises fédérales, puisque la vente d'assurance n'est pas le cœur des activités des banques²⁸⁸. Puis, en 2014, la Cour suprême a réaffirmé ce principe en réitérant que certaines lois provinciales, dont la LPC, peuvent s'appliquer aux banques²⁸⁹. Dans ce dernier arrêt, la question était de savoir si les dispositions de la LPC visant l'obligation de divulguer certains frais dans les contrats de crédit variables s'appliquaient aux banques.

Les provinces ont choisi d'encadrer les cartes-cadeaux. La définition de ce qu'est une carte-cadeau peut varier d'une province à l'autre. En effet, l'article 170 de la CPLM définit de façon large cette carte ²⁹⁰ alors que l'Alberta et le Nouveau-Brunswick ont une définition plus restreinte; celle-ci exclut explicitement les cartes-cadeau provenant d'institutions financières.²⁹¹

En mai 2014, une nouvelle législation fédérale est entrée en vigueur pour encadrer, entre autres, les cartes-cadeaux émises par des institutions financières²⁹².

Malgré l'absence de mention spécifique dans les lois provinciales, plusieurs provinces, dont l'Ontario, le Manitoba, la Colombie-Britannique et la Nouvelle-Écosse, ont indiqué sur leur site Internet que ces cartes sont de juridiction fédérale et n'entrent donc pas dans le champ d'application de leurs lois²⁹³.

La situation est différente en Saskatchewan, où une nouvelle loi sur la protection du consommateur (CPBPA-SS) est entrée en vigueur en septembre 2014, soit après l'entrée en

²⁸⁷ *Loi constitutionnelle de 1867, supra* note 4

²⁸⁸ *Banque canadienne de l'Ouest c. Alberta*, [2007] 2 RCS 3

²⁸⁹ *Banque de Montréal c. Marcotte*, 2 RCS 725

²⁹⁰ Art 170 CPLM

²⁹¹ Gift Card Regulations, Alta 146|2008

²⁹² Règlement sur les produits de paiement prépayés DORS|2013-209

²⁹³ <https://www.ontario.ca/consumers/gift-cards>, <http://www.consumerprotectionbc.ca/consumers-other-businesses-home/how-can-we-help/gift-cards> <http://www.novascotia.ca/sns/access/individuals/consumer-awareness/consumer-purchases/nova-scotia-gift-cards.aspx> <http://www.gov.mb.ca/cca/cpo/faqprepaidretailers.html#question1>

vigueur de la législation fédérale. Sur le site gouvernemental de la Saskatchewan, il est indiqué que la loi sur la protection du consommateur de cette province s'applique à ces cartes²⁹⁴. On y indique même qu'elle s'applique aux cartes prépayées émises par une entreprise comme Visa, à moins qu'il s'agisse d'une carte *cash-back*.

Au Québec, certains articles spécifiques de la LPC s'appliquent à ce type de carte prépayée²⁹⁵. La LPC a été adoptée avant l'entrée en vigueur de la législation fédérale. Le législateur québécois n'est pas intervenu sur le sujet par la suite. Sur le site du gouvernement, il n'y a aucune mention à l'effet que la LPC ne s'appliquerait pas aux cartes prépayées régies par le règlement fédéral.

La situation est relativement limpide quant au règlement fédéral, qui s'applique à travers le Canada de façon uniforme en matière de cartes-cadeaux. Certaines provinces ont choisi d'exclure ces produits du champ d'application de leur loi provinciale vouée à la protection du consommateur. Ailleurs, des lois provinciales encadrent ces produits. Malgré cela, certaines provinces, en raison de la présence du règlement fédéral, ont déclaré que leurs lois provinciales ne s'appliquaient pas. D'autres maintiennent que leurs lois encadrent les cartes-cadeaux. Au moment de la rédaction de ce rapport, cette question n'a pas été tranchée par les tribunaux. Il n'est donc pas possible de déterminer ce qu'une cour déciderait à ce sujet. Nous croyons que ce manque d'uniformité dans un contexte de commerce intérieur peut causer de la confusion chez les consommateurs.

5.3 Les autres types de cartes-cadeaux

Les provinces s'entendent pour reconnaître que les autres types de cartes-cadeaux sont légiférés par les lois vouées à la protection du consommateur. Or, il y a de nombreuses différences entre les dispositions provinciales régissant les cartes-cadeaux.

La première est en lien avec le champ d'application de la loi. Certaines législations provinciales portent sur les cartes-cadeaux en tant que telles, c'est le cas du Nouveau-Brunswick, de l'Île-du-Prince-Édouard, de la Saskatchewan et du Québec. Plus précisément, au Québec, la loi s'applique au contrat convenu plutôt qu'à la carte elle-même. En Ontario, au Manitoba, en Alberta en Colombie Britannique, en Nouvelle-Écosse et à Terre-Neuve-et-Labrador, la loi régit plutôt les distributeurs, vendeurs et émetteurs de cartes-cadeaux²⁹⁶.

Règle générale, un consommateur peut s'attendre à pouvoir utiliser une carte-cadeau dans une autre province. Par contre, il y a plusieurs distinctions entre les lois provinciales qui encadrent les cartes-cadeaux. Voici les principales :

- Les frais d'utilisation

Règle générale, les lois régissant les cartes-cadeaux limitent les frais associés à l'utilisation de ces cartes. Les lois provinciales varient quant aux exceptions permises. Par exemple, les Maritimes,

²⁹⁴ <http://www.justice.gov.sk.ca/giftcard-q-a>

²⁹⁵ Art 79.6 RALPC et Art 187.4 et 187.5 LPC

²⁹⁶ SHINFIELD, *supra* note 286

permettent une exception en matière de cartes-cadeaux émise par un organisme de charité²⁹⁷ et le Manitoba permet d'imposer des frais dans le cas d'une carte-cadeau qui n'a pas de valeur monétaire ou qui a été émise pour des raisons promotionnelles²⁹⁸.

- Les frais d'activation

En cette matière, les lois varient d'une province à l'autre. L'Alberta permet explicitement les frais d'activation sans en restreindre le frais²⁹⁹. À l'opposé, certaines provinces dont le Manitoba, la Saskatchewan, le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador prohibent les frais d'activation des cartes-cadeaux³⁰⁰. Entre ces extrêmes, on trouve la Colombie-Britannique, l'Ontario et le Québec, qui permettent les frais, mais de façon restrictive³⁰¹. Ainsi, l'Ontario et la Colombie-Britannique permettent des frais d'activation allant jusqu'à 1,50 \$ tandis que le Québec limite les frais d'activation à 3,50 \$ pour les cartes-cadeaux permettant d'acheter des biens chez plusieurs marchands (cartes multi-marchands).

- Les frais d'initialisation et d'inutilisation

En ce qui a trait aux frais d'initialisation, les règles diffèrent d'une province à l'autre. D'un côté, certaines lois provinciales – celles de la Saskatchewan et de l'Alberta – prohibent ces frais³⁰² alors que les Maritimes, à l'exception du Nouveau-Brunswick, les permettent lorsque la carte-cadeau a été émise par un organisme de charité³⁰³. Par ailleurs, le Nouveau-Brunswick, le Québec, l'Ontario, le Manitoba et la Colombie-Britannique permettent les frais d'inutilisation lorsqu'il s'agit de cartes multi-marchands. Ces frais, de 2,50 \$, sont les mêmes dans toutes ces provinces.

Par ailleurs, le délai à partir du moment où ces frais peuvent être imposés varie d'une province à l'autre. En effet, en Ontario et en Colombie-Britannique, les frais peuvent être imposés 15 mois après l'achat de la carte-cadeau³⁰⁴, alors qu'au Québec, ils peuvent l'être à la fin du quatorzième mois. De plus, dans les trois provinces mentionnées ci-dessus, demander une prolongation avant la fin de la période de grâce permet d'éviter les frais d'inutilisation³⁰⁵. Le Nouveau-Brunswick impose également des frais d'inutilisation après qu'un délai de 15 mois se soit écoulé depuis l'achat de la carte ou la dernière utilisation³⁰⁶. Le Manitoba permet l'imposition de frais d'inutilisation après un délai de douze mois si la carte n'a pas encore été activée³⁰⁷.

²⁹⁷ Terre-Neuve-et-Labrador Gift Card Regulations, NLR 14/11, Île-du-Prince-Édouard, RSPEI 1988, C g-4.1, Nouvelle-Écosse Gift Card Regulations, NS Reg 325/2009 et Nouveau Brunswick loi sur les cartes-cadeaux, LRN-B 2011, C. 165

²⁹⁸ CPLM

²⁹⁹ Gift Card Alta

³⁰⁰ CPLM, CPBPA-SS, cartes-cadeaux NB, Gift Card PEI et Gift Card NL

³⁰¹ BPCPA-BC, LPC 2002 et Règlement application LPC

³⁰² Art 77 Gift Cards Alta

³⁰³ Gift Cards NL, Gift Cards PEI et Gift Cards NS

³⁰⁴ Art 3 (2) (b) BPCPA-BC LPC 2002

³⁰⁵ Art 79.4 (b) (1)-(ii) Règlement Application LCP

³⁰⁶ Art 4 (3) (a) Cartes-cadeaux NB

³⁰⁷ Art 2 (1) LPC Man et SHINFELD, *supra* note 286

- L'expiration des cartes-cadeaux

Règle générale, les cartes-cadeaux ne peuvent expirer. Ce concept a été intégré dans toutes les lois provinciales. Or, il y a des distinctions entre les lois provinciales quant aux exceptions à cette règle. En Ontario, en Alberta et en Saskatchewan, les cartes-cadeaux ne peuvent expirer, et ce, en aucun cas³⁰⁸. Au Québec, elles ne peuvent expirer, mais elles peuvent être remplacées selon les conditions prévues à la LPC³⁰⁹; il faut donc qu'une date de remplacement soit prévue. Les cartes-cadeaux doivent être remplacées gratuitement et leur solde doit être transféré sur la nouvelle carte. Par contre, les cartes prépayées de téléphonies, elles, peuvent expirer³¹⁰. En Colombie-Britannique les cartes-cadeaux dont le prix est moindre que la valeur monétaire peuvent avoir une date d'expiration. Au Manitoba et en Saskatchewan, les cartes-cadeaux peuvent expirer lorsqu'elles n'ont pas de valeur monétaire. Par ailleurs, au Manitoba, au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard, ces cartes peuvent expirer si elles ont été émises pour un service particulier, par exemple, pour une manucure dans un salon de beauté³¹¹.

- La divulgation d'information

Toutes les législations imposent des obligations quant à la divulgation d'information au sujet des cartes-cadeaux. Généralement, les informations portant sur les restrictions, les conditions d'utilisation, le remboursement, les frais d'utilisation et les frais d'expiration doivent être divulguées. L'Alberta est la province dont la loi prévoit le plus de domaines où la divulgation est obligatoire. D'autres provinces énoncent des obligations particulières quant à la divulgation d'information sur les cartes-cadeaux. En effet, en Ontario, il est obligatoire de fournir l'information permettant au consommateur de connaître le solde restant sur sa carte³¹². En Colombie-Britannique, l'information sur les frais d'inutilisation ainsi que sur le renouvellement et les délais doit être divulguée. En Ontario, au Québec et au Nouveau-Brunswick, les frais d'inutilisation doivent être indiqués sur la carte. Par ailleurs, le Québec prévoit l'obligation d'indiquer sur la carte-cadeau multi-marchands qu'elle peut expirer, mais que le montant qui s'y trouve, lui, n'expire pas. Dans cette province, il est aussi obligatoire de divulguer sur la carte tous les frais d'activation³¹³.

- Autres différences

En dernier lieu, il y a plusieurs distinctions entre les provinces sur certains points particuliers. En Alberta, le commerçant doit fournir un reçu comme preuve d'achat. De plus, la loi albertaine indique que les marchands n'ont pas le droit de refuser un paiement partiel avec une carte-cadeau ou d'en retenir le solde. Au Québec, la loi permet le remboursement du solde lorsqu'il est de moins de cinq dollars³¹⁴.

³⁰⁸ Art 2 (1) Gift Cards Alta et Art 25.3 LPC de 2002

³⁰⁹ Article 79.6 RALPC et 187.4 et 187.5 LPC

³¹⁰ Art 79.3 Règlement Application LPC

³¹¹ Art 2 (c) BPCPA BC et SHINFELD, *supra* note 286, page 114

³¹² Art 23 LO-2002 et Art 5 (2) (b) Gift Cards Alta

³¹³ Art 79.4 RALPC et SHINFELD, *supra* note 286, page 16

³¹⁴ Art 79.4 RALPC et Art 6 Gift Cards Alta

5.4 Harmonisation des lois

Il n'y a pas d'harmonisation des normes provinciales en matière des lois régissant les cartes-cadeaux. Bien que les différences soient minimales, certaines règles peuvent avoir un impact négatif sur les consommateurs. L'harmonisation des lois est une façon de rendre les lois plus uniformes et de faire en sorte qu'un consommateur puisse utiliser une carte-cadeau de la même façon dans toutes les provinces.

Jacqueline Shinfield s'est penchée sur la possibilité d'avoir un programme canadien pour uniformiser les lois provinciales en matière de cartes-cadeaux. Selon elle, cette harmonisation serait difficile pour diverses raisons. Premièrement, il faudrait que les règles soient les mêmes quant aux termes de l'entente ainsi qu'aux frais d'utilisation et d'activation. Deuxièmement, il faudrait que le système soit uniforme, ce qui pourrait être coûteux pour les émetteurs de cartes. Troisièmement, il faudrait que toutes les règles provinciales en matière d'information soient respectées. Or, ces règles, qui diffèrent d'une province à l'autre, obligent parfois à de multiples mentions. Quatrièmement, l'information devrait être écrite dans les deux langues officielles. L'auteur croit que, dans un tel contexte, trouver l'espace nécessaire pour indiquer toute l'information requise serait difficile. Pour cette raison, implanter un régime canadien régissant les cartes-cadeaux³¹⁵ serait périlleux.

Nous comprenons ces réserves quant aux différentes règles provinciales, mais avec respect pour l'auteure, nous croyons qu'il serait avantageux pour les consommateurs que les règles soient uniformes à travers le Canada. Nous croyons qu'il pourrait être intéressant pour le CMC d'étudier cette question.

Selon nous, ce comité a l'expérience en régissant divers sujets d'harmonisation en matière de consommation. Il est crucial que les meilleures pratiques de chaque province soient incorporées dans le processus d'harmonisation afin de s'assurer que les consommateurs canadiens soient les mieux protégés. Par ailleurs, quant aux divergences fondamentales entre les provinces quant aux cartes-cadeaux émises par une institution financière telle que Visa, nous croyons qu'il est préférable pour les consommateurs que les provinces et le fédéral continuent d'exercer leurs compétences de façon concurrente, si elles en ont fait le choix, afin de protéger le mieux que possible les consommateurs.

5.5 Les résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de cartes-cadeaux

Dans le cadre de ce sondage, nous voulions déterminer la connaissance et la perception des répondants quant aux normes encadrant les cartes-cadeaux. Nous voulions également déterminer le point de vue des consommateurs face à l'harmonisation des normes régissant ces cartes.

En cette matière, 81,7 % des répondants estiment d'assez à très important que les règles soient les mêmes partout au Canada. De ce chiffre, un peu plus de 50 % (51,8 %) des répondants

³¹⁵SHINFIELD, *supra* note 285, page 17

indiquent qu'il est très important que les règles en lien avec les cartes cadeaux soient les mêmes partout au Canada. Ce sont les résidents des Maritimes qui sont les plus favorables à cette idée ($t < ,05$).

Nous voulions aussi savoir qu'elles sont les connaissances des répondants quant aux règles encadrant les cartes-cadeaux. Nous avons posé la question suivante : « Supposons que vous possédez une carte-cadeau d'un magasin qui a des succursales partout au Canada. Selon vous, croyez-vous pouvoir l'utiliser de la même manière dans toutes les provinces? » Le but de cette question était de connaître l'opinion des consommateurs sur l'utilisation des cartes et sur leurs origines législatives. En utilisant l'expression « de la même manière », nous avions en tête de « l'utiliser exactement de la même façon en toutes circonstances ». Nous avons choisi cette expression afin d'éviter qu'ils répondent non en raison d'une crainte de ne pas connaître toutes les circonstances entourant l'utilisation de la carte-cadeau. Nous avons rédigé cette question de cette façon puisque nous savons que la très grande majorité des répondants ne sont pas des juristes en droit de la consommation.

Les participants ont répondu « oui » dans une proportion de 76 %. On notera que ce sont les consommateurs des Maritimes et de la Colombie-Britannique qui ont répondu le plus souvent par l'affirmative. Ces participants devaient ensuite dire pourquoi il était possible d'utiliser leur carte de la même manière partout. Plusieurs répondants (48,8 %) ont indiqué qu'ils pouvaient utiliser leurs cartes-cadeaux de la même façon puisqu'il s'agissait « d'un magasin ayant des succursales partout au Canada » alors que 43 % d'entre eux ont dit qu'il en était ainsi parce « ce sont les règles du bureau chef qui s'appliquent ».

Par ailleurs, les répondants ont répondu « non » dans une proportion de 9 %. Les participants devaient justifier leurs réponses. La majorité d'entre eux (46,6 %) ont répondu que c'est parce que « les règles sont déterminées par les provinces » alors que 39,6 % ont répondu que « tout dépend du contrat utilisé ».

Près de 15 % (14,5 %) des répondants ont répondu « Je ne sais pas ».

6. Les contrats de téléphones cellulaires

6.1 Cadre juridique

Dans la détermination du cadre juridique en matière de téléphones cellulaires et, plus largement, en matière de télécommunication, il faut se demander quel palier de gouvernement à compétence pour légiférer. Il faut aussi se questionner sur les règles en vigueur.

Le Canada étant un état fédéral, certaines compétences sont du ressort des provinces et d'autres, du gouvernement fédéral. Les articles 91 et 92 de la Loi constitutionnelle de 1867 (LC1867) traitent du partage des compétences³¹⁶. Tel qu'expliqué à la section V, la Cour Suprême a déjà statué sur la question d'un sujet pouvant être légiféré par deux paliers de gouvernement.

³¹⁶ Loi constitutionnelle de 1867, *supra* note 4

Lorsque l'Acte constitutionnel de 1867 a été adopté, la technologie n'était pas ce qu'elle est aujourd'hui. Cela explique que les appareils de télécommunication modernes, comme les téléphones cellulaires, n'y sont pas mentionnés explicitement. L'article 92 de cet acte énumère les pouvoirs exclusifs attribués à la législature des provinces. L'article 92 (10) doit être lu en conjonction avec l'article 91, qui énonce les pouvoirs conférés à la législature fédérale. L'article 91 (29) énonce que les catégories de sujets qui ne sont pas spécifiquement assignés aux provinces sont de juridiction fédérale. L'article 92 (10) énumère les entreprises ou les travaux qui ne sont pas de juridiction « locale » (provinciale). Il s'agit notamment des « télégraphes et autres travaux et entreprises reliant la province à une autre ou à d'autres provinces, ou s'étendant au-delà des limites de la province ». En droit constitutionnel canadien, la métaphore de l'arbre³¹⁷ vivant trouve une application précise à ce type de situation et, conséquemment, la notion de télégraphe au sens de l'article 92 (10) (a) inclut les cellulaires³¹⁸. Les fournisseurs de services vocaux et de données sans fil mobiles de détail (plus communément connus comme des entreprises de téléphones cellulaires) sont soumises à la juridiction fédérale.³¹⁹

Plusieurs réglementations fédérales encadrent les téléphones cellulaires. C'est notamment le cas de la loi sur les télécommunications³²⁰. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) est l'organisme public indépendant chargé de réglementer et de superviser la radiodiffusion et les télécommunications canadiennes.

Certaines provinces sont aussi intervenues afin d'encadrer les contrats de téléphones cellulaires et de protéger les consommateurs. Les provinces ont compétence pour légiférer en matière de droit civil en vertu de l'article 92 (13) de l'Acte constitutionnel de 1867.

D'ailleurs, certaines provinces ont choisi de légiférer en matière de contrat de téléphone cellulaire; c'est le cas de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse et du Québec.

Par ailleurs, le Code sur les services sans-fil est entré en vigueur le 2 décembre 2013³²¹. Le CRTC l'a créé pour que les consommateurs connaissent mieux leurs droits et les obligations associées à leur contrat de téléphone cellulaire. Le code aide les particuliers et les petites entreprises à obtenir les renseignements contenus dans leur contrat et à les comprendre. Il aide également l'industrie à mettre en œuvre des pratiques commerciales favorables aux consommateurs et contribue à l'établissement d'un marché sans fil plus dynamique. Il s'agit d'un code de conduite obligatoire qui s'applique à tous les fournisseurs de téléphones cellulaires. Le code prévoit aussi qu'une disposition ambiguë doit être interprétée en faveur du consommateur. Lorsque ce dernier croit que son fournisseur n'agit pas conformément au code, il doit essayer de résoudre le problème directement avec lui. S'il n'est pas satisfait de la réponse obtenue, il peut alors communiquer avec le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication (CPRST).

³¹⁷ La théorie de l'arbre vivant est une interprétation constitutionnelle qui dit que la constitution doit être interprétée de façon large et libérale de façon à s'adapter à l'évolution de la société canadienne.

³¹⁸ Art 92 (10) (a) *Loi constitutionnelle de 1867*, *supra* note 4 et Michael RYAN, «Telecommunications and the Constitution : Re-Setting the Bounds of Federal Authority », 2010, vol. 89, *La revue du Barreau Canada*, page 695-727

³¹⁹ Michael RYAN, *supra* note 318

³²⁰ Loi sur les télécommunications, LC 1993, c 38

³²¹ Le Code sur les services sans fil, Politique Réglementaire de Télécom CRTC 2013-271, juin 2013

Le Code sur les services sans-fil vise à promouvoir la clarté. Le fournisseur doit utiliser un langage simple et facile à comprendre. Il doit également s'assurer que les documents (contrats et autres) sont rédigés dans un tel langage. De plus, le fournisseur doit s'assurer que les prix sont indiqués clairement dans le contrat. Le fournisseur ne peut pas facturer de frais excédentaires lorsqu'il s'agit d'un forfait illimité, à moins que cela soit clairement indiqué au contrat. De même, il ne peut limiter les services à moins que cela soit explicitement stipulé³²².

Par ailleurs, le code vise à encadrer les modalités des contrats de services post payés. Il prévoit des formalités à respecter en matière de copies, la possibilité de résilier, dans les 15 jours, un contrat qui n'a pas été conclu en personne et la divulgation d'informations spécifiques (frais, période d'engagement, date de la fin du contrat, frais de résiliation et informations pour les appareils subventionnés). On doit aussi trouver dans le contrat une description des documents connexes ainsi que la liste des frais ponctuel et des services facultatifs, une mention en cas de prolongation du service, le montant du dépôt de garantie et les conditions de remplacement de l'appareil. Le fournisseur doit également indiquer au consommateur comment communiquer avec le service à la clientèle et comment porter plainte au CPRST³²³.

Le code prévoit une liste des renseignements que doit transmettre le fournisseur. Il doit faire connaître au consommateur les frais de résiliation anticipée, le solde de sa dette³²⁴ pour son téléphone cellulaire, la date où les frais ne s'appliquent plus, le prix de détail de l'appareil, la somme à payer et les frais de déverrouillage, s'il y a lieu. Il doit l'informer des conditions et des frais qui s'appliquent aux services prépayés et lui dire comment s'informer du nombre de minutes non utilisées. Il doit lui indiquer où il peut obtenir de l'information sur la garantie du fabricant. De plus, le fournisseur doit fournir toutes les informations relativement aux modifications des contrats et des documents connexes.

Le code prévoit aussi que les modalités ne peuvent être modifiées unilatéralement pendant la période d'engagement, sauf avec le consentement du consommateur, à moins que ce soit pour réduire les frais ou augmenter la limite d'utilisation. De plus, en matière de gestion de la facture, le fournisseur doit divulguer les informations quant aux frais d'itinérance internationale, la limite de cette dernière, la limite associée aux frais excédentaires, les services sans fil non sollicités les services mobiles offerts moyennant un supplément³²⁵.

Par ailleurs, le fournisseur doit donner des informations sur le déverrouillage, les garanties, les appareils perdu ou volé et les réparations. Le fournisseur doit également informer le client des frais de résiliation anticipée pour les appareils « subventionnés » et « non subventionnés », de la durée du contrat, de la période d'essai, de la date de la résiliation et de la prolongation du contrat. Le code prévoit les différentes situations et comment le fournisseur peut demander un dépôt de garantie. On trouve aussi dans le code les modalités en matière de débranchement. Enfin, le code encadre également les cartes de téléphonies prépayées³²⁶.

³²² *Supra* note 321

³²³ *Supra* note 321

³²⁴ Le montant par «lequel» les frais de résiliation diminuent chaque mois

³²⁵ *Supra* note 321

³²⁶ *Supra* note 321

6.2 Les problèmes identifiés par nos experts

Plusieurs de nos experts croient que le domaine des télécommunications comporte un défi en matière d'harmonisation, particulièrement en ce qui a trait à la téléphonie cellulaire³²⁷. En raison de la mobilité de la main-d'œuvre, certains experts ont reçu des plaintes de consommateurs qui ont été surpris d'apprendre que les règles étaient différentes dans une autre province. Certains d'entre eux étaient inquiets des différences entre les diverses lois provinciales en matière de contrat de téléphone cellulaire.

6.3 Les provinces et les contrats de téléphones cellulaires

Certaines provinces ont légiféré pour réglementer les contrats de téléphones cellulaires; c'est le cas de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse, du Québec, du Manitoba. Par exemple, la loi sur la protection du consommateur du Manitoba (CPLM) prévoit l'obligation d'indiquer au consommateur comment les frais seront calculés. Il appert que les lois du Québec, de Terre-Neuve-et-Labrador et de la Nouvelle-Écosse sont semblables sur certains points et offrent une meilleure protection aux consommateurs que celles des autres provinces.

À la suite de notre étude du cadre juridique, nous croyons que le code est une très bonne initiative car il permet de s'assurer que les fournisseurs de services sans fil respectent la même norme à travers le Canada et il contribue à uniformiser le droit de la consommation en matière de téléphone cellulaire. Par contre, puisqu'il s'agit d'une initiative fédérale, il peut subsister certaines différences entre les provinces.

Lorsqu'une loi provinciale est moins protectrice que le code – c'est le cas par exemple en matière de renouvellement ainsi qu'en matière de frais de résiliation –, c'est le code qui s'applique puisqu'il s'agit d'une norme minimale à respecter. En raison de la doctrine de la prépondérance fédérale, si, en suivant une loi provinciale, on enfreint une loi fédérale dans son domaine de compétence, c'est la loi fédérale qui doit être suivie.

Lorsque la loi provinciale accorde plus de protections que le code, l'arrêt *Marcotte* de la Cour suprême établit les critères suivants pour déterminer si elle peut s'appliquer. La loi provinciale peut s'appliquer à une entreprise fédérale si elle n'empiète pas sur la loi fédérale, si elle ne la contredit pas ou si la loi fédérale est silencieuse à cet égard.

De même, le code prévoit que le fournisseur doit informer le client de l'existence de la garantie du fabricant avant de tenter de lui vendre la garantie prolongée alors que la LPC oblige le commerçant à informer le consommateur de la garantie légale avant de lui vendre la garantie prolongée.

Autre exemple : la loi de Terre-Neuve-et-Labrador prévoit des obligations de divulgation en matière de rabais et indique comment les rabais sont calculés dans les frais de service en

³²⁷ Au moment des entrevues que nous avons effectuées avec nos experts, le code n'était en vigueur que depuis neuf mois et aucun rapport sur son efficacité n'avait encore été rendu public.

matière de contrat de service à distances, ce qui inclut les téléphones cellulaires. Le code, lui, est silencieux face à cette divulgation d'information³²⁸.

Quelle disposition s'applique si le code et la loi ne disent pas la même chose? Nous avons trouvé deux jugements contradictoires à ce sujet. Dans le premier³²⁹, la juge a écrit qu'il appartiendra au législateur du Québec de déterminer si des ajustements à la LPC s'imposent afin de tenir compte des constatations et conclusions incluses dans le code et dans la politique du CRTC car il ne revient pas au tribunal d'assouplir les exigences de l'article 12 de la LPC. Ce jugement a été porté en appel et, au moment de la rédaction de ce rapport, aucune décision n'avait été rendue³³⁰. Dans le deuxième, un jugement daté du 4 octobre 2013 (alors que le code n'était pas en vigueur), la Cour supérieure de l'Ontario a écrit que si le code avait été en vigueur, la loi sur la protection du consommateur ne se serait pas appliquée en raison de la doctrine de la prépondérance fédérale³³¹.

Cette décision a été rendue avant l'arrêt Marcotte de la Cour Suprême. Si elle avait été rendue après, elle aurait peut-être été différente. Il faudra surveiller la jurisprudence pour savoir comment elle sera interprétée.

Nous avons discuté avec des experts en novembre 2014, soit plus de 11 mois après l'entrée en vigueur du code. Certains d'entre eux avaient reçu des appels de consommateurs qui croyaient que les lois en matière de téléphonie cellulaire sont différentes d'une province à une autre, et ce, malgré le code. Cette divergence entre le code et les plaintes peut signifier trois choses, soit que les normes provinciales sont supérieures au code, soit que les entreprises situées dans une province ne suivent pas le code, soit que les consommateurs ont une mauvaise perception de la situation.

6.4 Résultats du sondage : la perception des Canadiens au sujet de l'harmonisation des normes en matière de contrat de téléphone cellulaire

Nous voulions connaître la perception des Canadiens quant aux normes encadrant les téléphones cellulaires.

La majorité des consommateurs admettent qu'ils ont une connaissance moyenne des règles régissant les téléphones cellulaires (45 %). Il y a cependant une différence statistiquement significative entre les régions (χ^2 $p < .001$). Cette différence se trouve notamment entre les répondants de l'Ontario, qui estiment avoir une très bonne compréhension des règles, et ceux du Québec, qui considèrent que leur compréhension des règles est nulle. Pour leur part, les consommateurs de la Colombie-Britannique se considèrent moyennement informés.

Dans le même ordre d'idées, les Québécois considèrent qu'il est très important que l'information quant aux différentes règles en matière de téléphones cellulaires soit facilement

³²⁸ Art 35.1 (1) (b) (f) et Art 35.2 (1) (h)-(k) CPBPA-NL et le Code, *supra* note 321.

³²⁹ Il s'agit de l'arrêt *Martin c. Telus*, 2014 QCCS 1554 (CanLII) une décision québécoise dans une affaire de recours collectifs portant sur la modification unilatérale d'un contrat au sens de l'article 11.2 de la LPC.

³³⁰ *Martin c. Société de Telus Communication*, 2014 QCCS 1554 (CanLII).

³³¹ *Sankar c. Bell Mobility* 2013 ONSC 5916 (CanLII).

accessible pour les consommateurs canadiens, alors que les Ontariens et les consommateurs des Prairies considèrent cela moins important (réponse de 5 sur une échelle de 1 à 8).

Néanmoins, une grande majorité de consommateurs (83,5 %) estime important que l'information quant aux différentes règles en matière de téléphones cellulaires soit accessible pour les consommateurs canadiens.

Tableau 10

Question posée : « Supposons qu'il y a un an, vous avez acheté un nouveau téléphone cellulaire et signé un contrat avec une compagnie de télécommunication faisant affaire partout au Canada. Vous déménagez dans une autre province. Selon vous, quelles sont les règles régissant votre contrat de cellulaire? »

	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	Canada
Les règles de la province où j'ai signé mon contrat	32,8 %	25,7 %	32,6 %	34,7 %	34,8 %	31,9 %
Les règles de la nouvelle province où je vis maintenant	10,8 %	5,3 %	14,3 %	12,2 %	7,4 %	9,8 %
Les règles fédérales puisque c'est le gouvernement fédéral qui a compétence en matière de télécommunication	16,2 %	27,7 %	19,7 %	18,3 %	22,8 %	21,7 %
Les règles fédérales et les règles de la province où j'ai signé mon contrat	11,2 %	12,6 %	10,6 %	14,6 %	11,5 %	12,1 %
Je ne sais pas	29,0 %	28,7 %	22,8 %	20,1 %	23,5 %	25,0 %

Les répondants québécois (27,7 %) sont plus nombreux que les autres à croire que, lorsqu'une personne qui a un téléphone cellulaire déménage dans une autre province, ce sont les règles fédérales qui s'appliquent après leur déménagement « puisque c'est le gouvernement fédéral qui a compétence en matière de télécommunication ». Par contre, les répondants des autres provinces sont plus nombreux à croire que ce sont les règles de la province où ils ont signé leur contrat qui s'appliquent. Fait intéressant : toute région confondue, plus de 20 % des participants ont répondu « Je ne sais pas ».

Conclusion et recommandations

Grâce à notre recherche documentaire et aux entrevues que nous avons menées avec nos experts, nous avons pu découvrir les domaines où des situations causent problème en matière d'harmonisation des normes de protection du consommateur. Il s'agit du commerce électronique, du crédit à la consommation, des garanties légales, des recours collectifs, des cartes-cadeaux et des téléphones cellulaires. En ces matières, les consommateurs canadiens ne bénéficient pas tous des mêmes droits.

Nos recommandations :

- En matière de commerce électronique

Option consommateurs recommande au CMC de modifier l'accord d'harmonisation sur le modèle d'harmonisation des règles régissant les contrats de vente par Internet afin d'y ajouter des dispositions supplémentaires en matière de juridictions, ce qui permettra aux consommateurs d'exercer leurs droits devant les tribunaux de leur province. Option consommateurs recommande également que des ajouts soient apportés à cet accord afin que les consommateurs soient protégés par la loi (celle de leur province de résidence ou celle où leur fournisseur a pignon sur rue) qui leur offre le plus de protection.

- En matière de crédit à la consommation

Option consommateurs recommande au CMC d'étudier la possibilité d'harmoniser les aspects du crédit à la consommation n'ayant pas été traités dans l'Accord sur la divulgation du crédit afin que de meilleures pratiques soient adoptées. Ces aspects sont la résolution de contrat (période de réflexion), l'obligation d'assurance, l'émission non sollicitée de crédit variable, la modification unilatérale des contrats de crédit variable, les conséquences d'un défaut d'acquitter ses obligations et le processus subséquent tant dans un contrat de crédit que dans un contrat de vente à tempérament.

- En matière de garanties légales

Option consommateurs recommande aux législateurs provinciaux n'offrant pas des protections suffisantes de bonifier leurs lois en matière de garantie légale en y intégrant les meilleures pratiques en matière de protection du consommateur.

Option consommateurs recommande au CMC d'étudier la possibilité d'harmoniser les régimes de garanties légales en favorisant les pratiques les plus protectrices envers les consommateurs.

Option consommateurs recommande aux provinces ayant adopté des lois statutaires visant les garanties légales de mettre en place des programmes dans le but d'éduquer les consommateurs sur leurs droits ainsi que d'éduquer les commerçants sur leurs obligations afin qu'il puisse répondre aux besoins des consommateurs.

- **En matière de recours collectifs**

Option consommateurs recommande aux législateurs qui ne l'ont pas encore fait d'adopter de façon uniforme les pratiques les plus protectrices envers les consommateurs en interdisant dans les contrats de consommation certaines clauses restrictives, dont les suivantes :

- Les clauses forçant un consommateur à soumettre un différend à l'arbitrage, limitant ainsi son accès aux tribunaux de droit commun;
- Les clauses forçant un consommateur à soumettre un différend devant un tribunal situé dans un district autre que celui de sa résidence;
- Les clauses imposant la loi d'une autre juridiction que de celle de la résidence du consommateur où l'achat a eu lieu, le cas échéant.

- **En matière de cartes-cadeaux**

Option consommateurs recommande au CMC d'étudier la possibilité de faire un accord d'harmonisation régissant les cartes-cadeaux en incluant les pratiques les plus protectrices pour les consommateurs.

- **En matière de télécommunication**

Option consommateurs recommande aux agences provinciales et fédérales pertinentes ainsi qu'aux organismes voués à la protection des consommateurs de transmettre aux consommateurs de l'information sur leurs droits et de le faire de manière à ce que cette information soit facile à comprendre par la très grande majorité d'entre eux.

Option consommateurs recommande aux consommateurs de s'informer sur leurs droits au moment de faire l'acquisition d'un produit ou d'un service.

Annexe 1 – Rapport sur le sondage portant sur l’harmonisation des normes

Rapport

Sondage portant sur l'harmonisation des normes

Préparé par
Bruno Marien

Février 2015

L'auteur

Monsieur Bruno Marien enseigne la méthodologie de la recherche et les statistiques au département de Science Politique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) depuis plus de 15 ans. Il a également travaillé à Statistique Canada et comme consultant méthodologue. Il a en outre collaboré à la mise sur pied de l'Institut National de la Statistique du Cap Vert et est l'auteur de manuels techniques au profit de l'Agence Universitaire de la Francophonie (AUF).

L'enquête

L'enquête a été complétée à partir d'un sondage web qui s'est déroulé du 13 au 29 janvier 2015³³². Il s'agit d'un échantillon aléatoire à partir d'une liste de participants à un panel web représentatif des différentes régions du Canada. L'échantillon a été construit de façon non proportionnelle à la taille de la population des cinq régions retenues afin d'établir une marge d'erreur similaire dans chacune de ces régions. La marge d'erreur est donc de + ou - 5 % pour chacune des régions. La marge d'erreur est plus faible pour les analyses par provinces. Au total, 2043 personnes ont été contactées. De ce nombre, 1159 ont déclaré avoir acheté un bien alors qu'elles étaient dans une autre province que leur province de résidence. Les résultats ont été, par la suite, pondérés en fonction de la région, du sexe, de l'âge.

Répartition régionale de l'échantillon

Maritimes	394
Québec	474
Ontario	384
Prairies	395
Colombie-Britannique	396

Nous avons effectué une analyse descriptive ainsi qu'une analyse basée sur des différences statistiquement significatives³³³. L'enquête a été effectuée afin de déterminer les habitudes d'achat ainsi que les attitudes et comportements des consommateurs canadiens notamment en ce qui concerne l'application des lois et règlements lors d'achat en personne ou par internet dans les autres provinces canadiennes.

Quelques questions portent sur la connaissance des consommateurs notamment au niveau des garanties légales. Comme les lois sont différentes selon les provinces, un examen comparatif entre ces provinces a été effectué.

L'analyse a surtout été effectuée en fonction de la variable région puisque les lois reposent sous la responsabilité des provinces. Les autres variables (le sexe, le revenu, la scolarité et l'âge), bien que d'un intérêt certain, n'ont pas fait l'objet d'une analyse poussée. Toutefois, des tableaux de certaines provinces d'une région³³⁴ qui possèdent des lois et règlements qui traitent certains sujets de consommation différemment seront analysés. Le rapport d'Option Consommateurs fera état de ces différences et particularités.

Résumé général

Les résultats du sondage démontrent qu'il existe une variation du comportement et des attitudes selon les régions. L'enquête indique également que ce sont les consommateurs des Maritimes qui consomment le plus dans une autre province alors que les Québécois sont ceux qui le font le

³³² Ce sondage a été réalisé par le Bureau d'Intervieweurs Professionnels (BIP).

³³³ On utilise le terme différence statistiquement significative pour indiquer qu'il est peu probable (voire improbable) que la différence observée, entre deux moyennes par exemple, soit le fruit du hasard. Ce résultat montre simplement qu'il existe une preuve statistique de la différence. Ceci n'implique pas que la différence est nécessairement grande au niveau de l'observation. Les principaux tests utilisés ont été Khi deux et le t de Student.

³³⁴ Par région, nous entendons ici les régions telles que déterminées pour les fins du sondage.

moins. L'enquête indique également que les produits achetés hors province sont différents selon la région.

Les résultats de l'enquête démontrent également que les consommateurs ne connaissent pas toujours leurs droits lorsqu'ils achètent un bien dans une autre province. Nous pouvons poser l'hypothèse que les consommateurs font un transfert hypothétique³³⁵ du cadre légal de leur province sur la province où ils font leur achat. Nous n'avons pu valider cette hypothèse dans le cadre de l'enquête.

Nous avons constaté que les consommateurs du Québec, bien qu'ils achètent moins souvent dans d'autres provinces, ont une opinion générale différente des autres Canadiens notamment en ce qui concerne les lois sur la consommation.

Règle générale, les consommateurs disent lire les conditions et modalités avant d'effectuer un achat internet. Toutefois, il a été impossible d'évaluer si les répondants lisaient l'ensemble des informations ou seulement une partie. Ce sont les consommateurs avec une plus faible scolarité qui disent lire les conditions et modalités.

Puisque les lois peuvent varier d'une province à l'autre, il est normal que les consommateurs donnent parfois, pour une même question, des réponses différentes. Il leur arrive aussi d'être confus quant aux lois qui s'appliquent. Ceci indique que plusieurs consommateurs ne connaissent pas quelles lois s'appliquent lorsqu'ils sont soumis à différents scénarios hypothétiques, notamment au chapitre des garanties.

Les consommateurs admettent qu'ils ont une compréhension moyenne des règles régissant les téléphones cellulaires et ne sont généralement pas en mesure de connaître les limites des transferts de contrat dans le cas d'un déménagement interprovincial.

Un consommateur sur cinq ne connaît pas les conséquences d'un défaut de paiement sur son dossier de crédit.

Les répondants disent avoir au moins une bonne compréhension de ce qu'est le crédit à la consommation mais éprouvent de la difficulté à répondre dans le cadre de situations hypothétiques.

Plus de 40 % des consommateurs ne savent pas qu'elles sont les règles qui s'appliquent dans le cas des recours collectifs.

Les consommateurs croient que ce sont les commerçants qui dictent les règles dans le cas des cartes cadeaux.

Les consommateurs ont tendances à comprendre les applications des lois en fonction de leur filtre provincial. Cependant, la connaissance des consommateurs canadiens est plutôt limitée en générale.

³³⁵ Nous entendons par transfert hypothétique un mécanisme qui permet, pour un individu, d'utiliser dans un nouveau contexte des connaissances construites antérieurement.

Selon les résultats, les consommateurs ont de la difficulté à partager les responsabilités provinciales et fédérales.

Les habitudes d'achat

Les questions 1 à 7 servaient à identifier la région des répondants et portaient sur la fréquence et le type d'achat dans d'autres provinces soit en personne ou par internet.

Ainsi, un peu plus d'un répondant sur deux (50,4 %) a déclaré avoir fait un achat à l'extérieur de sa province au cours de la dernière année et un peu plus de 84 % (84,4 %) ont répondu avoir fait un achat par internet.

Il est possible de diviser en deux groupes les consommateurs qui ont fait des achats en personne. On retrouve un premier groupe qu'il est possible d'identifier comme des acheteurs ponctuels, c'est-à-dire ceux qui ont acheté une seule fois. Ces derniers se composent de 12 % des répondants. Nous qualifions le deuxième groupe comme étant des acheteurs « d'habitudes »³³⁶ soit celui qui a acheté plus d'une fois à l'extérieur de leur province au cours de la dernière année³³⁷. Voici le tableau résumé de la fréquence d'achat :

Une fois	12 %
De 2 à 5 fois	49 %
De 6 à 9 fois	17 %
10 fois et plus	21 %

Ce sont surtout les habitants des Maritimes et des Prairies qui achètent le plus souvent dans les autres provinces alors que les résidents du Québec le font moins souvent ($\chi^2 p < .001$)³³⁸. Outre la région, les autres variables qui sont statistiquement significatives sont les consommateurs dans la tranche d'âge 18-34 ans, les consommateurs qui possèdent un diplôme universitaire et ceux qui déclarent un revenu de plus de 100 000 \$. Ces différents groupes sont donc plus susceptibles de faire un achat dans une autre province.³³⁹

³³⁶ Ceci ne signifie pas que les consommateurs ont fait plusieurs voyages, mais bien qu'ils ont acheté à plus d'une occasion. Ceci aurait pu se faire lors d'un même déplacement.

³³⁷ Il est possible qu'un consommateur ait fait plus d'un achat lors d'un même déplacement.

³³⁸ Nous avons effectué des Khi deux (χ^2) et des t de Student pour affirmer les différences statistiquement significatives. Ainsi, lorsque nous affirmons qu'il existe une différence, cette dernière est basée sur le résultat du calcul. Le p représente la probabilité, en %, de commettre une erreur en affirmant qu'il existe une différence qui ne serait pas due au hasard.

³³⁹ Ceci peut s'expliquer par des déplacements plus fréquents. Il n'a pas été demandé s'il s'agissait de déplacement spécifique pour faire des achats.

Le type de biens

Au chapitre des biens, ce sont surtout les vêtements qui font l'objet d'achats à l'extérieur de la province de résidence (60 %) suivi par les livres, la musique et les jeux vidéo (33 %), les produits d'hygiène et de beauté (33 %) et les appareils électroniques (29 %). Le type de bien peut avoir une influence sur l'application des garanties prolongées par exemple.

Le tableau qui suit résume les biens selon les provinces. Seules les régions où il existe une différence statistiquement significative apparaissent dans le tableau 2. Ceci implique que pour les autres régions, il n'y a pas un type de bien en particulier qui se démarque. Voici, dans l'ordre, les types de biens qui sont achetés par les consommateurs lorsqu'ils se retrouvent dans une autre province.

Tableau 1³⁴⁰
Principaux types de biens achetés en personne dans une autre province

Vêtement et accessoire de mode	61,9 %
Livre, musique, jeu vidéo	33,1 %
Produit d'hygiène et de beauté	33,2 %
Appareil électronique	28,7 %
Produits alimentaires / épicerie	11,4 %
Appareil électroménager	10,2 %
Auto	3,0 %

Tableau 2
Type de biens en fonction de la région

	Maritime	Ontario	Colombie-Britannique
Vêtements	✓		
Appareil électronique		✓	✓
Appareil électroménager			✓

Note : Différence statistiquement significative entre les

biens et les régions.

Le tableau 2 indique des différences statistiquement significatives au niveau des types d'achats selon certaines provinces. Ainsi les consommateurs des Maritimes achètent proportionnellement plus de vêtements que les consommateurs des autres provinces. Les consommateurs ontariens et de la Colombie-Britannique, pour leur part, achètent proportionnellement plus souvent des appareils électroniques dans d'autres provinces que les autres canadiens. Les Britannico-Colombiens achètent également proportionnellement plus souvent des appareils électroménagers à l'extérieur de leur province. À l'opposée, les Québécois achètent moins souvent des vêtements, des livres et des appareils électroménagers à l'extérieur de leur province. On remarque donc qu'il existe des différences au niveau des produits selon les régions et que nous ne pouvons considérer la consommation interprovinciale comme homogène.

³⁴⁰ Ces résultats indiquent qu'il y a souvent plus d'un type de biens qui sont achetés.

Des différences au niveau du sexe et de l'âge

On observe également des différences statistiquement significatives entre les produits et le sexe des consommateurs. Les femmes préfèrent l'achat de vêtements et de produits de beauté alors que les hommes achètent plus souvent des produits électroniques.

Enfin, l'âge représente une troisième variable d'importance. Les consommateurs âgés entre 18 et 34 ans sont en effet plus susceptibles de faire des achats dans une autre province.

Les achats sur internet

Une majorité des répondants (82 %) ont déclaré avoir fait des achats sur internet. Ce sont surtout les consommateurs ontariens (86,9 %) et de la Colombie-Britannique (88,7 %) qui ont utilisés le plus souvent internet pour leurs achats. Ces pourcentages sont statistiquement significatifs. Les Québécois (70,8 %) ont, statistiquement, moins utilisé internet pour faire des achats alors que les consommateurs des Maritimes (84,2 %) et des Prairies (83 %) se retrouvent près de la moyenne nationale.

Une différence au niveau de la fréquence

On observe des différences importantes au niveau de la fréquence d'achat internet selon la province, l'âge et le revenu. Les Québécois et les consommateurs de 55 ans et plus, lorsqu'ils achètent via internet, le font entre 1 à 5 fois annuellement. À l'opposé, les consommateurs plus jeunes, les 18 à 34 ans, utilisent internet de façon plus régulière avec une moyenne de 12 fois par année. Les plus grands utilisateurs ont également un revenu plus élevé (\$100 000 et plus) ainsi qu'une éducation universitaire.

Il existe un clivage important au niveau de l'âge puisque les groupes 18-34 ans et 35-54 ans sont statistiquement plus enclins à utiliser internet alors que les 55 ans plus sont moins portés à y faire des achats. Notons également que les consommateurs ayant un niveau de scolarité universitaire et ceux qui ont déclaré un revenu supérieur à 80 000 \$³⁴¹ sont également plus susceptibles de faire des achats internet.

³⁴¹ Pour les achats en personne, la catégorie est de 100 000 \$, mais pour les achats internet, elle est de plus de 80 000 \$; comme nous le verrons dans quelques lignes, les utilisateurs les plus fréquents sont les 100 000 \$ et plus.

Achat internet et situation géographique de l'entreprise

Au total, 61 % des répondants ont affirmé avoir fait, au cours de la dernière année, un achat via Internet d'un ou des biens dans une autre province canadienne.

Tableau 3
« Au cours de la dernière année, avez-vous acheté, via Internet, des biens dans une autre province canadienne? »
(Base ceux qui ont fait un achat)

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Oui, j'en ai acheté	61,0 %	82,4 %	35,3 %	49,8 %	70,4 %	67,4 %
Je ne crois pas en avoir acheté, mais c'est possible	23,4 %	11,4 %	28,1 %	35,9 %	18,5 %	23,0 %
Non, je n'en ai pas acheté	15,6 %	6,2 %	36,6 %	14,3 %	11,1 %	9,7 %

Comme on peut le remarquer à la lecture de ce tableau, ce sont surtout les consommateurs des Maritimes qui affirment avoir acheté un bien via internet dans une autre province. Par ailleurs, les Ontariens (35,9 %) et les consommateurs de la province du Québec (28,1 %) sont les plus nombreux à ne pas être certains de la situation géographique de l'entreprise ou ils ont acheté un bien.

Toutefois, il faut souligner qu'un peu moins d'un consommateur sur quatre (23,4 %) n'était pas certain que son achat avait été fait dans une autre province. On remarque donc une certaine variation entre les régions.

Compte tenu de cette variation, nous avons de nouveau examiné les résultats en fonction des provinces qui possèdent des lois qui protègent les consommateurs qui achètent via internet d'un fournisseur situé dans une autre province. On retrouve les résultats au tableau 4.

Tableau 4
 « Au cours de la dernière année, avez-vous acheté, via Internet, des biens dans une autre
 province canadienne? »
 (Base ceux qui ont fait un achat)
 (Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick et Alberta³⁴²)

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau- Brunswick	Alberta
Oui, j'en ai acheté	61,0 %	72,4 %	35,3 %	69,6 %	73,0 %	69,3 %
Je ne crois pas en avoir acheté, mais c'est possible	23,4 %	17,4 %	28,1 %	17,9 %	20,2 %	19,4 %
Non, je n'en ai pas acheté	15,6 %	10,2 %	36,6 %	12,5 %	6,8 %	11,3 %

On remarque des résultats plus élevés, à l'exception du Québec, que la moyenne nationale dans les trois provinces qui ont un cadre légal différent. Nous pouvons nous interroger si la connaissance des lois, ou encore les connaissances de ces dernières influencent ces résultats. Il faut garder à l'esprit cette information pour mieux apprécier les résultats aux différentes questions qui portent sur les garanties légales (voir les tableaux 28 et 29).

Importance de la situation géographique de l'entreprise lors d'un achat internet

Nous avons demandé si les consommateurs, qui ont fait un achat internet au cours de la dernière année, regardent toujours, souvent, rarement ou jamais dans quel province ou pays est située l'entreprise. Pour l'ensemble des répondants, seulement 37,5 % ont répondu qu'ils regardaient toujours l'endroit où est effectivement située l'entreprise lors d'un achat internet. Ce chiffre grimpe toutefois à 69,5 % lorsqu'on combine les réponses toujours et parfois. On ne note pas de différence entre les grandes régions. De plus, on n'observe pas de différence significative pour les quatre provinces mentionnées ci-bas, comme en témoigne le tableau 6. Donc, pour la majorité des consommateurs, cette information est importante.

³⁴² Dans ce tableau, on ne trouve que les provinces dont les résultats sont statistiquement différents de ceux de l'ensemble du Canada.

Tableau 5
« Lorsque vous faites des achats sur Internet, regardez-vous dans quelle province / pays est située l'entreprise? »

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Oui, toujours	37,5 %	38,1 %	40,4 %	35,5 %	37,7 %	35,9 %
Oui, parfois	32,0 %	32,8 %	29,8 %	33,0 %	30,9 %	33,4 %
TOTAL OUI	69,5 %	70,9 %	70,2 %	68,5 %	68,6 %	69,3 %
Rarement	16,7 %	15,4 %	16,1 %	17,9 %	18,2 %	15,8 %
Non, jamais	13,8 %	13,7 %	13,7 %	13,6 %	13,2 %	14,9 %

Tableau 6
« Lorsque vous faites des achats sur Internet, regardez-vous dans quelle province / pays est située l'entreprise? »

(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick et Alberta³⁴³)

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau-Brunswick	Alberta
Oui, toujours	37,5 %	30,4 %	40,4 %	41,1 %	27,0 %	39,8 %
Oui, parfois	32,0 %	28,4 %	29,8 %	26,8 %	36,5 %	32,8 %
TOTAL OUI	69,5 %	68,8 %	70,2 %	67,9 %	63,5 %	72,6 %
Rarement	16,7 %	24,5 %	16,1 %	14,3 %	17,6 %	17,7 %
Non, jamais	13,8 %	16,7 %	13,7 %	17,8 %	18,9 %	9,7 %

Tel que mentionné précédemment, on ne note pas de différence entre les régions³⁴⁴. Cette information demeure toutefois importante pour les consommateurs puisque près de 70 % (69,5 %) disent regarder l'endroit.

À la question du niveau d'importance qu'accordent les répondants sur le fait de connaître dans quelle province ou pays est située l'entreprise (**Question 8 : Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas du tout important et 8 étant très important, est-ce important pour vous d'avoir cette information? (BASE: ONT FAIT UN ACHAT SUR INTERNET AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE ET REGARDENT AU MOINS RAREMENT DANS QUELLE PROVINCE OU PAYS EST SITUÉE L'ENTREPRISE)**), un peu plus du quart (25,5 %) des répondants estiment qu'il est très important, réponse de 8 sur l'échelle, d'avoir cette information. Nous avons noté une disparité régionale à cette question comme en témoigne le tableau 7.

³⁴³ Dans ce tableau, on ne trouve que les provinces dont les résultats sont statistiquement différents de ceux de l'ensemble du Canada.

³⁴⁴ Il est vrai que les Néobrunswickois répondent un peu plus souvent « non jamais », mais cette différence n'est pas statistiquement significative.

Tableau 7
Importance de connaître ou est située l'entreprise
Réponses consolidées 1 et 2 (pas du tout et peu important); 7 et 8 plutôt et très important

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Pas du tout important (réponse 1 sur l'échelle)	3,2 %	2,7 %	2,8 %	3,6 %	2,7 %	3,9 %
Plutôt peu important (réponse 2 sur l'échelle)	3,5 %	2,6 %	2,8 %	4,6 %	3,7 %	3,9 %
TOTAL PEU IMPORTANT	6,7 %	5,2 %	5,6 %	8,2 %	6,4 %	7,8 %
Plutôt important (réponse 7 sur l'échelle)	12,2 %	9,0 %	16,7 %	7,2 %	14,6 %	13,6 %
Très important (réponse 8 sur l'échelle)	25,5 %	30,8 %	30,2 %	24,3 %	23,4 %	18,8 %
TOTAL IMPORTANT	37,7 %	39,8 %	46,9 %	31,5 %	38,0 %	32,4 %

L'importance est beaucoup plus marquée au Québec (total important de 46,9 %) et un peu moins en Ontario (31,5 %) et en Colombie-Britannique (32,4 %). À la question « Pourquoi est-ce important? », les Québécois indiquent la raison de ce choix.

Tableau 8
Raisons pour lesquelles il est important de connaître la province ou le pays où est située
l'entreprise

(Base ceux qui ont répondu 3 ou plus sur l'échelle)³⁴⁵

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Je veux acheter des biens d'une entreprise située au Canada	32,5 %	37,1 %	26,8 %	33,6 %	32,6 %	32,4 %
Je veux acheter des biens d'une entreprise située dans ma province	9,4 %	3,9 %	19,7 %	9,7 %	5,8 %	7,7 %
Je préfère acheter des biens dans certains pays plutôt que dans d'autres	11,5 %	11,3 %	15,6 %	8,9 %	11,6 %	9,9 %
Je veux connaître cette information au cas où il y aurait un problème avec mon achat	46,6 %	47,6 %	37,9 %	47,7 %	50,0 %	50,0 %

On remarquera que les consommateurs québécois indiquent d'une manière assez importante qu'ils veulent acheter un bien d'une entreprise qui se situe dans leur province (19,7 %). Pour près du tiers des consommateurs canadiens (32,5 %), la référence est plutôt nationale (Je veux acheter des biens d'une entreprise située au Canada). Toutefois, presque un consommateur sur deux (46,5 %) trouve important de connaître la province ou le pays où est située l'entreprise au cas où il y aurait un problème avec son achat. Les consommateurs sont donc soucieux des problèmes potentiels liés à leur achat. La question suivante portait sur le pourquoi il est important de connaître la province ou le pays où est situé l'entreprise.

³⁴⁵ Nous sommes conscients que les bases des tableaux 6 et 7 sont différentes. Toutefois nous croyons pertinente l'information qui s'y trouve puisque le tableau 7 regroupe plus de 92 % de tous les répondants.

Tableau 9³⁴⁶

Raisons pourquoi il est important de connaître la province ou le pays où est située l'entreprise
(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick³⁴⁷)

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau- Brunswick
Je veux acheter des biens d'une entreprise située au Canada	32,5 %	23,7 %	26,9 %	42,9 %	40,3 %
Je veux acheter des biens d'une entreprise située dans ma province	9,4 %	6,6 %	19,7 %	7,1 %	1,8 %
Je préfère acheter des biens dans certains pays plutôt que dans d'autres	11,5 %	13,1 %	15,6 %	2,4 %	14,0 %
Je veux connaître cette information au cas où il y aurait un problème avec mon achat	46,6 %	56,6 %	37,8 %	47,6 %	43,9 %

La lecture du tableau 9 est intéressante puisqu'elle démontre une préoccupation différente des consommateurs du Québec et de ceux des trois autres provinces. Les Québécois mettent en effet l'accent sur l'achat dans leur province alors que les consommateurs des trois autres provinces portent leur attention sur des problèmes potentiels.

Il était donc pertinent d'interroger les consommateurs sur l'importance de la situation géographique de l'entreprise dans le processus de décision d'achat.

³⁴⁶ Les résultats pour le tableau 9 sont sur une base de 100 % des répondants. C'est ce qui explique les petites différences au niveau des pourcentages pour le Québec. La différence des résultats est marginale pour les autres provinces. Nous avons laissé le total qui apparaît dans le tableau 7 pour fin de comparaison.

³⁴⁷ Dans ce tableau, on ne trouve que les provinces dont les résultats sont statistiquement différents de ceux de l'ensemble du Canada. Ces provinces ont un régime statutaire différent des autres provinces en matière de garantie légale.

Tableau 10

« L'endroit où est située l'entreprise influence-t-il votre décision d'achat? »
 (BASE: ONT FAIT UN ACHAT SUR INTERNET AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE ET ONT REGARDÉ
 AU MOINS RAREMENT DANS QUELLE PROVINCE OU PAYS EST SITUÉE L'ENTREPRISE)

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Oui, toujours	16,6 %	14,0 %	19,8 %	18,7 %	15,2 %	15,3 %
Oui, parfois	61,6 %	61,7 %	60,7 %	56,6 %	64,8 %	64,0 %
TOTAL OUI	78,2 %	75,7 %	80,5 %	75,3 %	80,0 %	79,3 %
Rarement	17,6 %	19,5 %	13,9 %	20,4 %	16,6 %	17,5 %
Non, jamais	4,3 %	4,8 %	5,6 %	4,3 %	3,4 %	3,2 %
TOTAL NON	21,8 %	23,3 %	19,5 %	24,7 %	20,0 %	20,8 %

Les résultats démontrent que les consommateurs se disent influencés par l'endroit où est située l'entreprise. Ainsi, c'est un peu moins des quatre cinquièmes (78,2 %) des consommateurs qui affirment que l'endroit où se trouve l'entreprise influence leur décision d'achat. On ne remarque pas de différence significative entre les régions.

On peut poser l'hypothèse que l'achat dans d'autres pays peut influencer ce résultat.

Résumé des achats par internet

- 78 % des répondants estiment que l'endroit où est située l'entreprise influence leur décision d'achat.
- La principale raison (47 %) invoquée pour regarder où se trouve le fournisseur concerne des problèmes potentiels (Je veux connaître cette information au cas où il y aurait un problème avec mon achat).
- Les répondants ont fait en moyenne 6 achats par internet l'année dernière.
- Les consommateurs du Québec (moyenne de 5 achats) utilisent un peu moins internet pour leurs achats que ceux des autres régions.
- Les acheteurs internet sont plus scolarisés, plus jeunes et ont des revenus plus élevés.

Lecture des conditions d'achats

Comme le démontrent les résultats du tableau 11, un pourcentage important (66,9 %) des répondants dit lire toujours ou souvent les conditions et modalités de l'entente (*terms of agreement*) avant de donner leur accord à une transaction.

Tableau 11
Lecture des termes et conditions
« Avant de donner votre accord aux conditions et modalités de l'entente (*terms of agreement*),
est-ce que vous les lisez? »
(BASE: ONT FAIT UN ACHAT SUR INTERNET AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE)

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Oui, toujours	30,9 %	31,7 %	24,3 %	35,5 %	30,9 %	32,1 %
Oui, parfois	36,0 %	39,6 %	29,4 %	37,7 %	37,9 %	35,4 %
TOTAL OUI	66,9 %	71,3 %	53,7 %	73,2 %	68,8 %	67,5 %
Rarement	28,0 %	25,2 %	35,6 %	23,6 %	27,6 %	27,9 %
Non, jamais	4,8 %	2,9 %	10,6 %	3,1 %	2,6 %	4,7 %
TOTAL NON	32,8 %	28,1 %	46,2 %	26,7 %	30,2 %	32,6 %

Note : Les totaux ne donnent pas 100 % puisque quelques répondants (0,3 %) ne comprenaient pas la signification de « conditions et de modalités de l'entente »³⁴⁸.

On constate que ce sont les consommateurs québécois, avec 53,7 %, qui, le moins souvent, disent lire ces conditions d'achats. On remarque que cette différence entre le Québec et les autres régions se confirme même lorsqu'on analyse le comportement en fonction des provinces du Manitoba, de la Saskatchewan et du Nouveau-Brunswick (voir le tableau 12). Une lecture plus attentive des résultats³⁴⁹ indique que ceux qui lisent le plus souvent les conditions et modalités sont les femmes, les consommateurs âgés de 55 ans et plus et ceux qui ont une scolarité collégiale ou inférieure. Ceux qui les lisent le moins souvent sont les hommes, les consommateurs âgés de 18 à 35 ans et ceux qui possèdent une scolarité de niveau universitaire.

La question ne demandait pas si les consommateurs faisaient une lecture complète des conditions et modalités de l'entente. C'est ce qui peut expliquer des résultats un peu plus importants qu'attendu.

Il est important de noter que les réponses obtenues vont à l'encontre de ce que les observateurs estiment vrai. Nous ne pouvons écarter la possibilité que certains répondants aient répondu à cette question de façon à se montrer sous un jour positif. C'est ce que nous appelons une réponse de convenance.

³⁴⁸ L'expression anglaise « *terms of agreement* » était également mentionnée.

³⁴⁹ À partir des tableaux croisés.

Tableau 12

« Avant de donner votre accord aux conditions et modalités de l'entente (*terms of agreement*), est-ce que vous les lisez? »

(BASE: ONT FAIT UN ACHAT SUR INTERNET AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE)

(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick et Alberta³⁵⁰)

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau- Brunswick	Alberta
Oui, toujours	30,9 %	28,6 %	24,3 %	30,4 %	30,1 %	32,8 %
Oui, parfois	36,0 %	35,7 %	29,4 %	32,1 %	41,1 %	41,5 %
TOTAL OUI	66,9 %	64,3 %	53,7 %	62,5 %	71,2 %	74,3 %
Raremen t	28,0 %	33,7 %	35,6 %	35,7 %	27,4 %	22,4 %
Non, jamais	4,8 %	2,0 %	10,6 %	1,8 %	1,4 %	3,3 %
TOTAL NON	32,8 %	35,7 %	46,2 %	37,5 %	28,8 %	25,7 %

On remarque ici que les consommateurs de l'Alberta et du Nouveau-Brunswick sont les plus nombreux à dire qu'ils lisent les termes. Ce tableau confirme la différence avec les consommateurs du Québec qui disent lire moins cette information

On retrouve, en examinant le tableau 13, deux raisons principales pour expliquer pourquoi les consommateurs ne lisent pas les conditions et modalités³⁵¹. La première, mentionnée par plus de six répondants sur dix (61,5 %) est qu'ils doivent, de toute façon, donner leur accord pour acheter le bien. Les Québécois, encore une fois, font bande à part puisque seulement 44,5 % mentionnent cette raison. La deuxième raison invoquée pour ne pas lire les conditions et modalités est qu'ils trouvent le texte trop long (68,8 %). Ce sont surtout les Québécois qui donnent cette réponse. Le tableau qui suit donne un aperçu des différentes raisons pour ne pas lire les conditions et modalités.

³⁵⁰ Dans ce tableau, on ne trouve que les provinces dont les résultats sont statistiquement différents de ceux de l'ensemble du Canada.

³⁵¹ Les répondants pouvaient répondre à plus d'un choix c'est ce qui explique des totaux qui excèdent 100 %.

Tableau 13
Raisons pour ne pas lire les conditions et modalités (*terms of agreement*)
(Base de ceux qui ont répondu rarement et/ou jamais)

	Total Canada	Mari- times	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Ça ne donne rien de les lire; de toute façon, je dois donner mon accord pour acheter le bien	61,5 %	67,6 %	44,5 %	66,0 %	66,0 %	72,0 %
Pour sauver du temps; le texte est trop long	60,0 %	55,5 %	68,8 %	63,8 %	53,8 %	54,3 %
Je ne comprends pas ce qui est écrit	13,4 %	14,1 %	9,6 %	16,0 %	16,1 %	13,6 %
Il n'y a pas de raison particulière	5,1 %	5,2 %	5,2 %	4,3 %	6,6 %	4,2 %

En rapport avec les raisons de non-lecture, soulignons que les consommateurs âgés de 18 à 35 ans dans une proportion de 70 %, donc plus que l'ensemble des répondants, disent ne pas lire les conditions et modalités à la fois pour sauver du temps et parce que le texte est trop long.

Les problèmes liés aux achats

Très peu de consommateurs (7,5 %) ont déclarés avoir eu des problèmes à la suite d'un achat à l'extérieur de leur province³⁵². Ce sont surtout les 18-34 ans qui ont statistiquement eu plus de problèmes. Ceci doit être examiné en fonction du type de biens achetés, notamment les produits électroniques. Les problèmes déclarés concernent surtout la défectuosité du produit (45 %) et, dans une moins grande mesure, les délais de livraison (8 %) et des frais supplémentaires (6 %). Ces deux derniers points ont été soulevés par les consommateurs de 55 ans et plus. Nous n'avons pas trouvé de différence régionale.

La connaissance des lois

Un peu plus de 40 % des consommateurs (42 %) ont répondu que la loi de la province où ils ont acheté un bien en personne s'applique. La proportion diminue à 33 % lorsque l'achat est fait par internet. Une référence aux lois fédérales est plus importante pour les achats internet notamment pour les Québécois.

Tableau 14

«Selon vous, lorsque vous achetez, en personne (et sur internet), un bien provenant d'une autre province, quelles lois s'appliquent? »

Réponse	Achat en personne ³⁵³	Achat sur internet
Celles de ma province	9 %	12 %
Celles de la province où j'ai acheté mon bien	42 %	33 %
Les deux puisqu'il s'agit des mêmes lois	6 %	5 %
Les deux, même si ce sont des lois différentes	8 %	11 %
Les lois fédérales	6 %	10 %
Je ne sais pas	29 %	29 %

Premièrement, on remarque que dans les deux situations, achat en personne et achat par internet, 29 % des répondants disent ignorer quelles lois s'appliquent (je ne sais pas). Par ailleurs, on observe que, majoritairement, les répondants indiquent que ce sont les lois de la province où ils achètent leur bien qui s'applique lorsque l'achat est fait en personne (42 %). Cependant, ce pourcentage diminue à 33 % lorsque l'achat est fait par le biais d'internet. On observe donc un écart important entre les deux modes d'achats.

Même si la majorité des consommateurs (41,9 %) disent que c'est la loi de la province où l'achat a été fait qui s'applique, une partie importante des Québécois affirment que ce sont les lois de leur province qui prévalent. En effet, à la lecture du tableau 15, 15,5 % des Québécois croient que les lois de leur province s'appliquent même si l'achat est fait ailleurs que chez eux. Cela vaut à la

³⁵² Réponse à la question : Que vous avez achetée en ligne ou en personne, avez-vous déjà eu un ou des problèmes après avoir acheté un bien dans une autre province?

³⁵³ Rappel les pourcentages ont été arrondis pour ce tableau.

fois pour les achats en personne ou par internet. On ne note pas de différence notable pour les autres régions. Toutefois, moins du tiers des répondants (29,4 %) nous ont dit qu'il ne savait pas. C'est donc encore une fois au Québec où la différence est statistiquement significative.³⁵⁴ C'est également au Québec que l'on retrouve un pourcentage plus élevé de répondants qui croient que ce sont des lois fédérales qui s'appliquent (10,4 %).

Concernant les deux modes d'achat, on ne remarque pas de grandes différences au niveau des résultats (tableau 15 à 18).

Il existe donc une différence de perception selon les provinces. Nous pouvons émettre l'hypothèse que l'habitude comportementale des consommateurs explique cette différence.

³⁵⁴ En fait les χ^2 sont significatifs pour toutes les variables contrôles. Concernant les provinces et la scolarité nous avons obtenu des $p < .001$.

Voici les différents tableaux sur le sujet :

Tableau 15

« Selon vous, lorsque vous achetez, en personne, un bien provenant d'une autre province, quelles lois s'appliquent? »

Réponse	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Celles de ma province	9,0 %	5,7 %	15,5 %	8,1 %	7,1 %	7,4 %
Celles de la province où j'ai acheté mon bien	41,9 %	40,0 %	42,5 %	39,0 %	44,7 %	42,9 %
Les deux puisqu'il s'agit des mêmes lois	6,2 %	6,6 %	3,4 %	7,2 %	7,6 %	7,1 %
Les deux, même si ce sont des lois différentes	7,4 %	6,8 %	5,1 %	8,9 %	7,1 %	9,6 %
Les lois fédérales	6,1 %	4,0 %	10,4 %	6,2 %	4,9 %	4,2 %
Je ne sais pas	29,4 %	37,0 %	23,1 %	30,7 %	28,7 %	28,9 %

Tableau 16

« Selon vous, lorsque vous achetez, en personne, un bien provenant d'une autre province, quelles lois s'appliquent? »

(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick³⁵⁵)

Réponse	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau-Brunswick
Celles de ma province	9,0 %	9,4 %	15,5 %	4,1 %	2,1 %
Celles de la province où j'ai acheté mon bien	41,9 %	38,5 %	42,5 %	48,6 %	43,8 %
Les deux puisqu'il s'agit des mêmes lois	6,2 %	8,5 %	3,4 %	4,1 %	6,2 %
Les deux, même si ce sont des lois différentes	7,4 %	7,7 %	5,1 %	6,6 %	5,2 %
Les lois fédérales	6,1 %	4,3 %	10,4 %	4,1 %	3,1 %
Je ne sais pas	29,4 %	31,6 %	23,1 %	32,5 %	39,6 %

³⁵⁵ Dans ce tableau, on ne trouve que les provinces dont les résultats sont statistiquement différents de ceux de l'ensemble du Canada.

Tableau 17
« Selon vous, lorsque vous achetez, sur Internet, un bien provenant d'une autre province,
quelles lois s'appliquent? »

Réponse	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Celles de ma province	12,5 %	11,0 %	15,8 %	11,6 %	10,5 %	12,7 %
Celles de la province où j'ai acheté mon bien	32,7 %	29,8 %	34,5 %	29,8 %	34,5 %	34,3 %
Les deux puisqu'il s'agit des mêmes lois	5,1 %	4,2 %	2,9 %	7,4 %	6,4 %	5,1 %
Les deux, même si ce sont des lois différentes	10,5 %	11,2 %	5,8 %	11,6 %	11,2 %	13,5 %
Les lois fédérales	10,0 %	7,4 %	14,1 %	9,6 %	10,5 %	7,6 %
Je ne sais pas	23,3 %	36,4 %	26,9 %	30,0 %	27,0 %	26,7 %

Tableau 18
« Selon vous, lorsque vous achetez, sur Internet, un bien provenant d'une autre province,
quelles lois s'appliquent? »

(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick et Alberta)

Réponse	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau-Brunswick	Alberta
Celles de ma province	12,5 %	10,3 %	15,8 %	9,5 %	10,4 %	11,0 %
Celles de la province où j'ai acheté mon bien	32,7 %	32,5 %	34,5 %	37,8 %	30,2 %	34,2 %
Les deux puisqu'il s'agit des mêmes lois	5,1 %	6,8 %	2,9 %	4,1 %	5,2 %	6,8 %
Les deux, même si ce sont des lois différentes	10,5 %	12,0 %	5,8 %	8,1 %	8,3 %	11,9 %
Les lois fédérales	10,0 %	7,7 %	14,1 %	8,1 %	5,2 %	12,8 %
Je ne sais pas	23,3 %	30,8 %	26,9 %	32,4 %	40,6 %	23,3 %

Le crédit à la consommation

Les consommateurs ont été interrogés sur leur évaluation du crédit à la consommation. On retrouve dans la question la définition du terme. On comprend donc que le terme « crédit à la consommation » désigne tout financement lié à l'achat ou à la location d'un bien par un commerçant et non le crédit octroyé directement par une institution financière, telle que les cartes de crédit, les hypothèques, les prêts personnels et les marges de crédit.

Les Québécois ont une évaluation plutôt positive de leur compréhension du crédit à la consommation. En effet, ils estiment, dans une proportion de 56,8 %, avoir une très bonne ou une bonne compréhension alors que l'ensemble des consommateurs canadiens se situe, pour sa part, à 44,7 %. On peut expliquer cette différence par les réponses dans la catégorie « J'ai une compréhension moyenne des règles en matière de crédit à la consommation ». Les consommateurs extérieurs au Québec sont plus nombreux que les Québécois à avoir répondu « J'ai une compréhension moyenne des règles en matière de crédit à la consommation ». Les Québécois, pour leur part, s'estiment plus connaisseurs avec une plus grande proportion qui répond dans la catégorie « J'ai une assez bonne compréhension ».

Tableau 19

« Dans cette section, nous utilisons le terme « crédit à la consommation » pour désigner tout financement lié à l'achat ou à la location d'un bien par un commerçant et non le crédit octroyé directement par une institution financière, telle que les cartes de crédit, les hypothèques, les prêts personnels et les marges de crédit. Parmi les affirmations suivantes, laquelle vous définit le mieux? »

Réponse	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
J'ai une très bonne compréhension des règles en matière de crédit à la consommation	15,3 %	11,8 %	15,8 %	19,7 %	13,7 %	15,4 %
J'ai une assez bonne compréhension des règles en matière de crédit à la consommation	29,4 %	27,0 %	41,0 %	21,5 %	28,6 %	26,5 %
J'ai une compréhension moyenne des règles en matière de crédit à la consommation	36,9 %	39,5 %	27,2 %	41,0 %	39,0 %	40,0 %
J'ai une faible compréhension des règles en matière de crédit à la consommation	9,7 %	12,6 %	10,7 %	9,4 %	11,7 %	9,3 %
Ma compréhension des règles en matière de crédit à la consommation est nulle	7,7 %	9,2 %	5,3 %	8,4 %	7,0 %	8,8 %

Le tableau 20 offre, quant à lui, un éclairage par rapport à la position des Québécois et des consommateurs des autres provinces à savoir si les règles encadrant les informations à fournir aux consommateurs sont les mêmes dans toutes les provinces. On remarque ainsi que les Québécois sont ceux qui affirment le plus (67,8 %) que les règles encadrant ces règles sont différentes entre les provinces. Même lorsqu'on examine le tableau 21, qui porte sur les provinces, les résultats sont sans équivoque. Les différences sont frappantes notamment entre le Québec (67,8 %) et la Saskatchewan (39,2 %). Il existe donc une disparité importante au niveau de la connaissance des règles entre les régions et les provinces. Il est également important de souligner qu'un nombre important de consommateurs ont déclaré ne pas savoir si les règles sont les mêmes entre les provinces. Il devient assez évident que les consommateurs ignorent quelles

règles encadrant les informations à fournir au consommateur en matière de crédit à la consommation sont harmonisées. On remarque surtout que, dans les autres régions, les consommateurs ne peuvent se prononcer (ne sait pas). Un répondant sur deux de la Saskatchewan (50 %) et du Nouveau-Brunswick (49 %) ne se prononce pas (ne sait pas).

Tableau 20

« Selon vous, les règles encadrant les informations à fournir au consommateur en matière de crédit à la consommation sont les mêmes dans toutes les provinces? »

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Oui, elles sont les mêmes	10,0 %	8,8 %	5,3 %	13,6 %	13,9 %	9,3 %
Non, elles sont semblables, mais il y a des différences entre les provinces	34,6 %	30,8 %	40,8 %	34,3 %	33,5 %	32,3 %
Non, elles sont différentes d'une province à l'autre	16,7 %	10,7 %	27,0 %	14,1 %	12,7 %	16,9 %
TOTAL NON	51,3 %	41,5 %	67,8 %	48,4 %	46,2	49,2 %
Je ne sais pas	38,7 %	49,7 %	26,9 %	38,0 %	39,9 %	41,5 %

Tableau 21

« Selon vous, les règles encadrant les informations à fournir au consommateur en matière de crédit à la consommation sont les mêmes dans toutes les provinces? »

(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick)

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau- Brunswick
Oui, elles sont les mêmes	10,0 %	17,9 %	5,3 %	10,8 %	7,3 %
Non, elles sont semblables, mais il y a des différences entre les provinces	34,6 %	29,1 %	40,8 %	27,0 %	26,0 %
Non, elles sont différentes d'une province à l'autre	16,7 %	13,7 %	27,0 %	12,2 %	17,7 %
TOTAL NON	51,3 %	42,8 %	67,8 %	39,2 %	43,7 %
Je ne sais pas	38,7 %	39,3 %	26,9 %	50,0 %	49,0 %

On retrouvera dans le tableau résumé qui suit les différences entre les régions pour l'ensemble de ces questions.

Tableau Résumé 1
Crédit à la consommation
Différences statistiques³⁵⁶ entre les provinces selon les perceptions de certaines situations

	Les provinces qui disent oui	Les provinces qui disent non
« Selon vous, les règles encadrant les informations à fournir au consommateur en matière de crédit à la consommation sont les mêmes dans toutes les provinces? »	Ontario, Prairie	Québec
« Supposons qu'un consommateur ne paie pas son compte et que le marchand décide d'utiliser les services d'une agence de recouvrement. Selon vous, est-ce que les règles régissant la conduite de ces agences sont les mêmes à travers le Canada? »	Ontario	Colombie-Britannique

Il est assez clair à la lecture du tableau résumé 1 que les Ontariens croient statistiquement plus que ce sont les mêmes règles qui s'appliquent partout au Canada.³⁵⁷

Les Canadiens croient que les mêmes règles devraient s'appliquer partout au Canada. Ainsi à la question « Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas du tout important et 8 étant très important, pensez-vous qu'il est important que les règles encadrant la divulgation d'informations en matières de crédit à la consommation soient les mêmes dans toutes les provinces », la grande majorité indiquent qu'il est en effet important d'avoir les mêmes règles. La moyenne obtenue est de 6,42 sur 8 (score de 80,25%). On retrouve même 38% des répondants qui affirment qu'il est très important que ce soient les mêmes règles dans toutes les provinces. Nous avons effectué une ANOVA³⁵⁸ à un indicateur afin de vérifier s'il existe une différence de moyenne entre les provinces. Nous avons obtenu un résultat non significatif, $F(9, 2033) 0,902 p = ,518$.

Le graphique qui suit montre la répartition des réponses pour l'ensemble des répondants.³⁵⁹

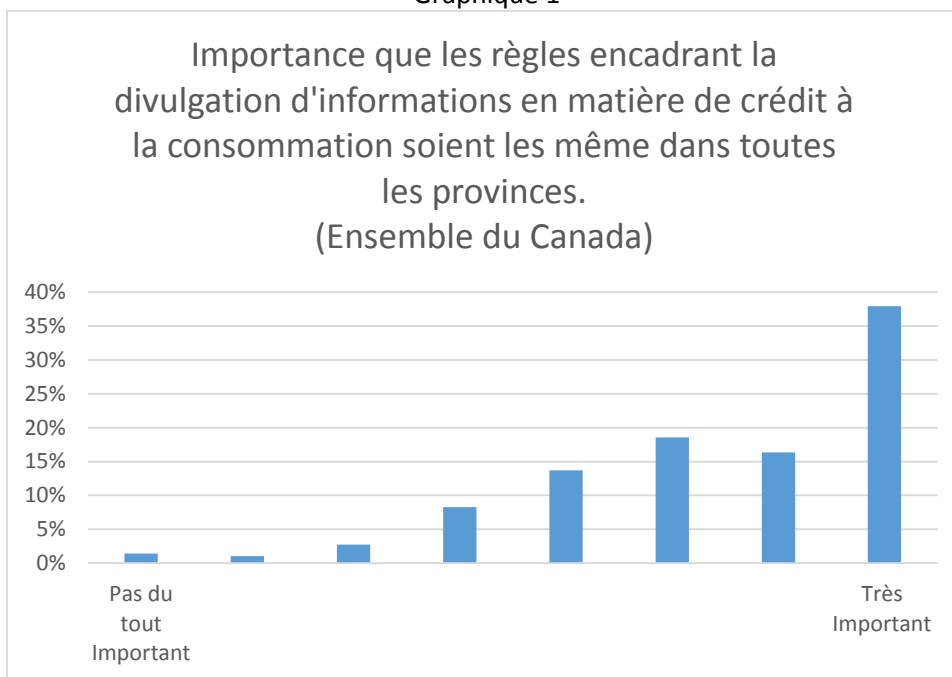
³⁵⁶ Une différence statistique ne signifie pas que la majorité a répondu oui ou non, mais bien qu'il existe une différence statistique pour ces réponses. Ainsi, il y a statistiquement plus de Québécois qui ont répondu non pour la première situation que dans les autres régions. En ce sens, les Québécois, pour cette situation, sont statistiquement différents.

³⁵⁷ Il ne faut pas uniquement se fier aux résultats bruts mais bien aux calculs (tests) de la différence entre les moyennes. Ceci ne veut pas dire que la majorité des Ontariens croient que ce sont les mêmes règles mais bien que la différence entre les Ontariens et le reste des consommateurs canadiens qui disent que ce sont les mêmes règles est statistiquement supérieure.

³⁵⁸ L'Analyse de Variance (ANOVA) sert essentiellement à valider s'il existe une différence statistique entre les moyennes. Ici, un résultat non significatif indique qu'il n'y a pas de différence au niveau des moyennes entre les différentes provinces et que nous pouvons conclure que toutes les provinces indiquent de façon similaire qu'il est important d'avoir les mêmes règles.

³⁵⁹ Nous avons observé sensiblement les mêmes résultats pour les autres questions du type 1 à 8 sauf pour la question 30 qui porte sur les téléphones cellulaires. Nous aurons l'occasion d'y revenir dans la section sur les cellulaires.

Graphique 1



Défaut de paiement et dossier de crédit

On observe encore une fois, avec les tableaux 22 et 23, une différence entre le Québec et, cette fois, l'Ontario, lorsqu'il y a, à la suite d'une entente de crédit avec un marchand d'une autre province, un défaut de paiement. Ce sont en effet les Ontariens (12,1 %) qui estiment le plus souvent que cela n'affectera pas leur dossier de crédit alors que les Québécois (85,2 %), au contraire, pensent que cela aura un effet négatif. Par ailleurs, un consommateur sur cinq (20,4 %) des Maritimes a déclaré ne pas savoir.

De plus, on observe, encore une fois, une différence entre le Québec et les trois provinces (Manitoba, Québec, Saskatchewan et Nouveau-Brunswick) (voir tableau 23). Pour ce tableau, c'est au Manitoba que l'on dénote le plus de consommateurs qui ne peuvent répondre (22,2 % disent ne pas savoir). On se retrouve donc avec un spectre assez large sur cette question, certains affirmant que cela pourrait avoir un impact négatif (Québec), une autre province, l'Ontario, qui se différencie avec un plus fort pourcentage que le reste du pays qui ne croit pas que cela aura un impact et, enfin, une région, les Maritimes et une province, le Manitoba, qui ne savent pas. Malgré ces différences, la grande majorité des répondants (75 %) estiment que cela aura un impact négatif sur leur dossier de crédit.

À la lecture de ce tableau, on remarque que les consommateurs québécois ont une perception différente des autres consommateurs canadiens notamment en ce qui concerne leurs droits. Dans un même registre, les consommateurs des Maritimes et de Colombie-Britannique (et dans une certaine mesure les consommateurs des Prairies) se retrouvent à l'opposé de la perception des Québécois.

Il faut lire ces résultats en fonction de la connaissance estimée par les répondants. D'une manière globale, 45 % des répondants disent avoir une très bonne ou une bonne connaissance des règles du crédit à la consommation, 37 % affirment avoir une connaissance moyenne et 18 % avoir une connaissance faible ou nulle. Ce sont surtout les Québécois et les Ontariens qui estiment avoir une très bonne ou une bonne connaissance.

Tableau 22

« Si vous achetez un bien dans une autre province, concluez une entente de crédit avec le marchand et êtes incapable de faire régulièrement vos paiements, cela affectera-t-il votre dossier de crédit? »

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Cela n'affectera pas mon dossier de crédit	7,7 %	8,8 %	4,4 %	12,1 %	6,8 %	7,1 %
Cela affectera mon dossier de crédit	75,0 %	70,8 %	85,2 %	67,1 %	74,9 %	74,5 %
Je ne sais pas	17,3 %	20,4 %	10,4 %	20,8 %	18,2 %	18,4 %

Tableau 23

« Si vous achetez un bien dans une autre province, concluez une entente de crédit avec le marchand et êtes incapable de faire régulièrement vos paiements, cela affectera-t-il votre dossier de crédit? »

(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick³⁶⁰)

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau-Brunswick
Cela n'affectera pas mon dossier de crédit	7,7 %	7,6 %	4,4 %	5,4 %	8,3 %
Cela affectera mon dossier de crédit	75,0 %	70,2 %	85,2 %	79,7 %	79,2 %
Je ne sais pas	17,3 %	22,2 %	10,4 %	14,9 %	12,5 %

³⁶⁰ Dans ce tableau, on trouve certaines provinces dont les résultats sont statistiquement différents de ceux de l'ensemble du Canada.

Les agences de recouvrements

Les consommateurs canadiens ne savent pas si les règles régissant la conduite des agences de recouvrements sont les mêmes partout au Canada. C'est ce qui ressort des résultats à la question hypothétique « Supposons qu'un consommateur ne paie pas son compte et que le marchand décide d'utiliser les services d'une agence de recouvrement. Selon vous, est-ce que les règles régissant la conduite de ces agences sont les mêmes à travers le Canada? ».

En fait, près de la moitié des répondants (49,5 %) ont répondu ne pas savoir. On retrouve des réponses similaires dans toutes les régions. Même si on observe quelques petites variations on retrouve presque autant de consommateurs qui disent oui (26,3 %) que non (24,2 %). On observe toutefois, au tableau 25, une légère différence au Manitoba (18,8 %) et en Saskatchewan (16,2 %) ou un peu moins de répondants ont indiqué que, non, les règles étaient les mêmes à travers le Canada. C'est également en Saskatchewan que l'on retrouve le plus fort pourcentage (58,1 %) qui ne sait pas.

Tableau 24

Supposons qu'un consommateur ne paie pas son compte et que le marchand décide d'utiliser les services d'une agence de recouvrement. Selon vous, est-ce que les règles régissant la conduite de ces agences sont les mêmes à travers le Canada?

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Oui	26,3 %	24,5 %	25,7 %	31,1 %	28,5 %	22,1 %
Non	24,2 %	19,9 %	26,0 %	23,4 %	22,5 %	28,7 %
Ne sais pas	49,5 %	55,6 %	48,3 %	45,5 %	49,0 %	49,3 %

Tableau 25

Supposons qu'un consommateur ne paie pas son compte et que le marchand décide d'utiliser les services d'une agence de recouvrement. Selon vous, est-ce que les règles régissant la conduite de ces agences sont les mêmes à travers le Canada?

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau- Brunswick
Oui	26,3 %	27,4 %	25,7 %	25,7 %	28,1 %
Non	24,2 %	18,8 %	26,0 %	16,2 %	21,9 %
Ne sais pas	49,5 %	53,8 %	48,3 %	58,1 %	50,0 %

La garantie légale

Ce sont encore les Québécois qui se considèrent les plus protégés lorsqu'ils achètent un bien dans une autre province, et ce, même si ce bien brise quelques mois après la garantie du fabricant. Ce sont même plus de 40 % des répondants québécois (40,5 %) qui se disent en fait protégés par la loi de la province où ils ont fait leur achat. Ce pourcentage est vraiment différent des réponses des autres parties du pays comme en fait foi les résultats du tableau 26.

De plus, si on examine le tableau 27, on remarque que les consommateurs du Manitoba et du Nouveau-Brunswick sont ceux qui se disent non protégé à plus de 50 % (54,2 % pour le Manitoba et 55,3 % pour le Nouveau-Brunswick). Pour l'ensemble des régions, on retrouve approximativement un consommateur sur quatre (24,8 %) qui ne sait pas s'il dispose d'une protection.

Les résultats sont encore plus intéressants lorsqu'interrogés sur un achat dans leur province et lorsque le bien brise un mois après la fin de la garantie du fabricant puisque les consommateurs estiment qu'ils sont moins bien protégés. En effet, si 40,4 % des répondants estiment qu'ils n'ont pas de protection lorsqu'ils achètent dans une autre province, ce chiffre grimpe à 56,7 % lorsque l'achat est fait dans leur province. Les résidents du Manitoba (63,2 %), de la Saskatchewan (68,9 %) et du Nouveau-Brunswick (69,8 %) estiment, de façon assez importante, qu'ils ne sont pas protégés. Il existe vraiment une différence marquée entre le Québec et ces trois provinces.

Aussi, les Québécois sont à contrecourant des autres consommateurs canadiens. En effet, 59,2 % des consommateurs québécois disent être protégés alors que ce total est de 34,7 % pour l'ensemble des Canadiens. Le sentiment de protection des Québécois est similaire. Les Québécois ne voient donc aucune différence au niveau du lieu d'achat.

Deux éléments sont à retenir de ces résultats. Premièrement, une majorité des répondants croit qu'une fois la garantie du fabricant échue, il n'y a plus rien à faire et, deuxièmement, une bonne proportion des répondants ignore (ne sait pas) ce qui se passe. Pour ce dernier point, c'est près de 25 % des consommateurs qui ne savent pas s'ils bénéficient ou non d'une protection lorsque l'achat est fait à l'extérieur de leur province. Ce pourcentage baisse à un peu plus de 15 % lorsque l'achat est fait dans leur province.

Tableau 26

« Un consommateur se rend dans une autre province et y achète un bien. Ce dernier brise quelques mois après la garantie du fabricant. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection? »

	Total Canada	Mari- times	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Non, il n'est pas protégé	40,4 %	50,4 %	16,8 %	42,0 %	47,8 %	49,8 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	8,6 %	4,6 %	8,7 %	11,8 %	9,8 %	8,3 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de la province où il a fait son achat	19,5 %	11,0 %	40,5 %	16,3 %	13,7 %	12,0 %
Oui, il est protégé par deux lois provinciales, celle de sa province et celle où il a fait son achat	6,6 %	5,4 %	10,0 %	6,4 %	4,4 %	6,1 %
TOTAL OUI	34,7 %	21,0 %	59,2 %	34,5 %	27,9 %	26,4 %
Je ne sais pas	24,8 %	28,6 %	24,1 %	23,5 %	24,3 %	23,8 %

Tableau 27

« Un consommateur se rend dans une autre province et y achète un bien. Ce dernier brise quelques mois après la garantie du fabricant. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection? »

(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick)

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau- Brunswick
Non, il n'est pas protégé	40,4 %	54,2 %	16,8 %	45,9 %	55,3 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	8,6 %	8,3 %	8,7 %	5,4 %	3,1 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de la province où il a fait son achat	19,5 %	6,9 %	40,5 %	16,2 %	8,3 %
Oui, il est protégé par deux lois provinciales, celle de sa province et celle où il a fait son achat	6,6 %	6,3 %	10,0 %	1,4 %	8,3 %
TOTAL OUI	34,7 %	21,5 %	59,2 %	23,0 %	19,7 %
Je ne sais pas	24,8 %	24,3 %	24,1 %	31,1 %	25,0 %

Tableau 28

« Un consommateur achète un bien dans sa province de résidence. Ce dernier brise dès la fin de la garantie du fabricant. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection? »

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Non, il n'est pas protégé	56,7 %	63,7 %	32,8 %	57,6 %	64,7 %	69,3 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	28,0 %	14,4 %	60,2 %	25,1 %	17,1 %	16,7 %
Je ne sais pas	15,3 %	21,9 %	7,0 %	17,3 %	18,2 %	14,0 %

Tableau 29

« Un consommateur achète un bien dans sa province de résidence. Ce dernier brise dès la fin de la garantie du fabricant. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection? »

(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick)

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau- Brunswick
Non, il n'est pas protégé	56,7 %	63,2 %	32,8 %	68,9 %	69,8 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	28,0 %	17,1 %	60,2 %	14,9 %	13,5 %
Je ne sais pas	15,3 %	19,7 %	7,0 %	16,2 %	16,7 %

Garantie légale et achat internet

Les résultats précédents portaient sur un achat en personne dans une autre province. Mais qu'en est-il d'un achat par internet? Encore une fois, les Québécois répondent différemment des autres Canadiens. Alors que 48,3 % des Québécois disent ne pas être protégé, ce sont près de six Canadiens sur dix (57,2 %) qui affirment la même chose. Ce résultat est presque similaire à celui que l'on retrouve pour les achats par internet dans leur province. Le tableau 31 démontre qu'une plus grande proportion des consommateurs de la Saskatchewan (62,2 %) et du Nouveau-Brunswick (68,8 %) se dit non protégé. C'est donc au Québec, avec 29,3 % et en Ontario, avec 24,2 %, que les consommateurs sont plus nombreux à estimer profiter d'une certaine protection légale.

Toutefois, les consommateurs perçoivent que les lois qui les protègent sont différentes selon que l'achat est fait en personne ou par le biais d'internet. On retrouve encore un peu plus de vingt pourcent (20 %) des répondants qui ne savent pas.

Tableau 30

« Un consommateur va sur le site internet d'un magasin situé dans une autre province et achète un bien. Ce dernier cesse de fonctionner alors que la garantie du fabricant est échu. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection? »

	Total Canada	Mari- times	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Non, il n'est pas protégé	57,2 %	62,1 %	48,3 %	53,6 %	57,4 %	66,2 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	7,1 %	3,9 %	7,0 %	11,3 %	6,6 %	6,9 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de la province où il a fait son achat	10,0 %	6,1 %	17,7 %	10,4 %	8,1 %	6,4 %
Oui, il est même protégé par les lois (ou le droit) de deux provinces, la sienne et celle où il a fait son achat	3,6 %	4,4 %	4,6 %	2,5 %	3,6 %	2,5 %
TOTAL OUI	20,7 %	14,4 %	29,3 %	24,2 %	18,3 %	15,8 %
Je ne sais pas	22,1 %	23,5 %	22,3 %	22,3 %	24,3 %	18,1 %

Tableau 31

« Un consommateur va sur le site internet d'un magasin situé dans une autre province et achète un bien. Ce dernier cesse de fonctionner alors que la garantie du fabricant est échu. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection? »

(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick)

	Total Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau- Brunswick
Non, il n'est pas protégé	57,2 %	52,1 %	48,3 %	62,2 %	68,8 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	7,1 %	6,0 %	7,0 %	5,4 %	5,2 %
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de la province où il a fait son achat	10,0 %	8,5 %	17,7 %	8,1 %	4,2 %
Oui, il est même protégé par les lois (ou le droit) de deux provinces, la sienne et celle où il a fait son achat	3,6 %	4,3 %	4,6 %	1,4 %	1,0 %
TOTAL OUI	20,7 %	18,8 %	29,3 %	14,9 %	10,4 %
Je ne sais pas	22,1 %	23,0 %	22,3 %	23,0 %	20,8 %

Tableau résumé 2
Différence statistique selon les provinces. Questions portant sur les garanties.

	Les provinces qui disent oui	Les provinces qui disent non
Un consommateur se rend dans une autre province et y achète un bien. Ce dernier brise quelques mois après la garantie du fabricant. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection?	Québec	Maritime, Prairie, Colombie-Britannique
Un consommateur achète un bien dans sa province de résidence. Ce dernier brise dès la fin de la garantie du fabricant. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection?	Québec	Maritime, Prairie, Colombie-Britannique
Un consommateur va sur le site internet d'un magasin situé dans une autre province et achète un bien. Ce dernier cesse de fonctionner alors que la garantie du fabricant est échu. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection?	Québec, Ontario	Maritime, Colombie-Britannique

Les recours collectifs

Nous avons voulu savoir s'il existait des différences régionales concernant la compréhension des règles régissant les recours collectifs. Les recours collectifs débordent souvent les frontières provinciales. Cependant, dans certaines provinces, il existe une disposition dans la loi qui vise directement les clauses contractuelles visant l'interdiction aux recours aux tribunaux. Par ces lois, l'interdiction contractuelle entre un commerçant et un consommateur est illégale ou fortement réduite, le cas échéant. Il est donc particulièrement intéressant d'évaluer les connaissances des consommateurs de ces provinces puisqu'il est possible que la connaissance de ces dispositions légales puisse avoir un effet sur leur participation ou non à un recours³⁶¹.

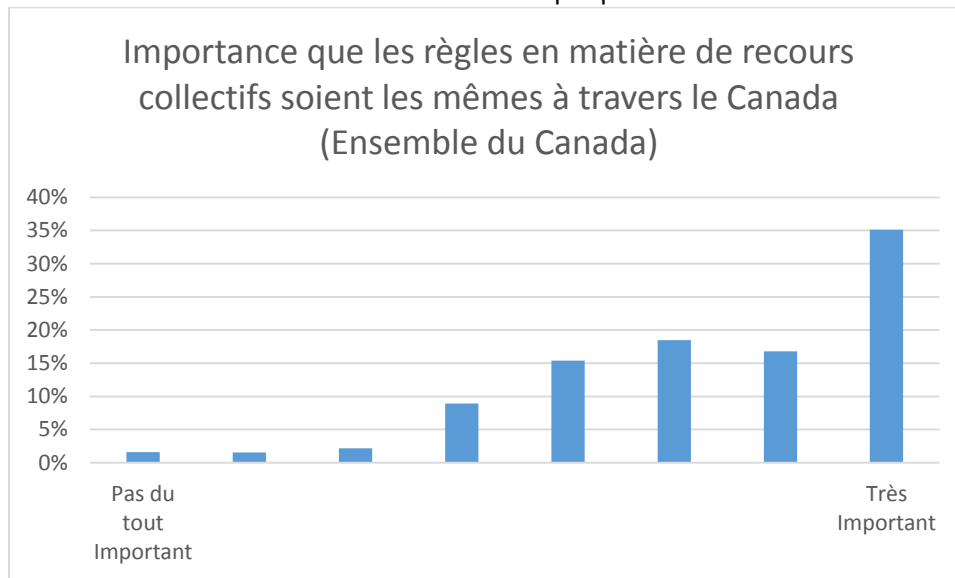
Ce qu'il faut surtout retenir des tableaux 32 et 33, est que plus de deux personnes sur cinq (41,5 %) ne sait pas si les règles sont les mêmes dans chacune des provinces. Très peu de répondants croient qu'il s'agit des mêmes règles (7,9 %), mais la majorité croit que les règles sont semblables, malgré quelques différences entre les provinces (31,4 %). Nous n'avons pas trouvé de différence statistique entre les régions. Toutefois, on remarquera, au tableau 33, que les Saskatchewanais se prononcent beaucoup moins sur le sujet avec 52,7 % de ne sais pas. La différence est particulièrement intéressante lorsqu'on compare le Québec avec la Saskatchewan, notamment en ce qui concerne les résultats combinés qui indiquent que les règles sont différentes. Ce résultat s'explique par le nombre d'indécis en Saskatchewan (52,7 %).

Encore une fois, les Canadiens croient que les mêmes règles devraient s'appliquer partout au Canada. Ainsi à la question : « Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas du tout important et 8 étant très important, pensez-vous qu'il est important que les règles en matière de recours collectif soient les mêmes dans toutes les provinces? », la grande majorité indiquent qu'il est important d'avoir les mêmes règles. La moyenne obtenue est de 6,33 sur 8 (score de 79,1%). On retrouve 35% des répondants qui affirment qu'il est très important que ce soient les mêmes règles dans toutes les provinces. Une nouvelle fois nous avons effectué une ANOVA afin de vérifier s'il existe une différence de moyenne entre les provinces. Nous avons obtenu un résultat non significatif, $F(9, 2033) 1,676 p = ,089$.

³⁶¹ Voir le rapport principal pour les détails.

Le graphique qui suit montre la répartition des réponses pour l'ensemble des répondants.³⁶²

Graphique 2



³⁶² Nous avons observé sensiblement les mêmes résultats pour les autres questions du type 1 à 8 sauf pour la question 30 qui porte sur les téléphones cellulaires. Nous aurons l'occasion d'y revenir dans la section sur les cellulaires.

Tableau 32
« Croyez-vous que les règles régissant les recours collectifs sont les mêmes dans chacune des provinces? »

	Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Oui, elles sont les mêmes	7,9 %	5,7 %	8,5 %	9,6 %	7,6 %	7,8 %
Non, elles sont semblables, mais il y a des différences entre les provinces	31,4 %	27,8 %	33,0 %	32,6 %	30,5 %	32,6 %
Non, elles sont différentes d'une province à l'autre	19,3 %	19,0 %	22,3 %	19,5 %	18,6 %	16,4 %
Sous-total non	50,7 %	46,8 %	55,3 %	52,1 %	49,1 %	49,0 %
Je ne sais pas	41,5 %	47,5 %	36,2 %	38,4 %	43,3 %	43,1 %

Tableau 33
« Croyez-vous que les règles régissant les recours collectifs sont les mêmes dans chacune des provinces? »
(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick, Alberta³⁶³)³⁶⁴

	Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau-Brunswick	Alberta
Oui, elles sont les mêmes	7,9 %	8,5 %	8,5 %	6,7 %	6,2 %	7,3 %
Non, elles sont semblables, mais il y a des différences entre les provinces	31,4 %	29,1 %	33,0 %	28,4 %	30,2 %	32,0 %
Non, elles sont différentes d'une province à l'autre	19,3 %	18,0 %	22,3 %	12,2 %	17,7 %	21,0 %
Sous-total non	50,7 %	47,1 %	55,3 %	40,6 %	47,9 %	53,0 %
Je ne sais pas	41,5 %	44,4 %	36,2 %	52,7 %	45,9 %	39,7 %

Utilisation des arbitres

Tel que mentionné précédemment, il existe des clauses dans certains contrats qui obligent les consommateurs à se tourner vers un arbitre en cas de conflit. Encore une fois la presque majorité des répondants n'ose se prononcer (48,9 %). Toutefois, au Québec, près d'un consommateur sur quatre (24,5 %) a répondu qu'une telle clause était illégale et que, conséquemment, il était possible de faire partie d'un recours collectif et ce nonobstant le contrat.

On remarquera au tableau 35 que c'est au Nouveau-Brunswick que les consommateurs ne peuvent répondre à cette question (63,5 %). (C'est ce qui explique les résultats pour les Maritimes dans le tableau 34). Finalement les consommateurs de la Saskatchewan sont plus nombreux à se sentir liés par leur contrat (43,2 %). Ceci démontre qu'il existe une nette différence nationale au niveau de l'interprétation des règles. Par contre, en répondant la même chose, les consommateurs ont tantôt tort, tantôt raison, puisque les règles varient d'une province à l'autre.

³⁶³ Dans ce tableau, on trouve certaines provinces dont les résultats sont statistiquement différents de ceux de l'ensemble du Canada.

³⁶⁴ Nous avons rajouté l'Alberta puisque cette province possède un encadrement particulier sur les recours collectifs.

Tableau 34

« Vous aimeriez être membre de ce recours, mais une clause de votre contrat vous oblige à vous tourner vers un arbitre en cas de conflit. Quelle solution s'offre à vous? »

	Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Je peux faire partie du recours collectif. La clause de mon contrat est illégale	14,8 %	7,6 %	24,5 %	15,3 %	10,8 %	14,0 %
Je dois respecter mon contrat et me tourner vers un arbitre	36,3 %	34,7 %	30,3 %	39,7 %	39,5 %	38,5 %
Je ne sais pas	48,9 %	57,7 %	45,2 %	45,0 %	49,7 %	47,5 %

Tableau 35

« Vous aimeriez être membre de ce recours, mais une clause de votre contrat vous oblige à vous tourner vers un arbitre en cas de conflit. Quelle solution s'offre à vous? »
(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick, Alberta)

	Canada	Manitoba	Québec	Nouveau-Brunswick	Saskatchewan	Alberta
Je peux faire partie du recours collectif. La clause de mon contrat est illégale	14,8 %	12,8 %	24,5 %	5,2%	5,4 %	11,4 %
Je dois respecter mon contrat et me tourner vers un arbitre	36,3 %	36,8 %	30,3 %	31,3%	43,2 %	39,7 %
Je ne sais pas	48,9 %	50,4 %	45,2 %	63,5%	51,4 %	48,9 %

Impact d'une clause d'arbitrage

À la question « Croyez-vous que tous les Canadiens peuvent être empêchés d'être membre d'un recours collectif à cause d'une telle clause? », un quart (25,5 %) des consommateurs répondent non puisqu'ils croient que certaines provinces interdisent d'inscrire de telles clauses dans les contrats. Près de 65 % (64,5 %) des répondants ne souhaitent pas se prononcer. Toutefois, même si le pourcentage est plutôt mince, avec 13,3 %, c'est en Ontario que les consommateurs estiment que oui c'est possible d'être membre d'un recours collectif puisque la loi est la même pour tous. Même en Saskatchewan, les répondants ne pouvaient répondre à cette question avec 70,3 % de ne sais pas.³⁶⁵

³⁶⁵ Compte tenu de la nature assez claire des résultats, nous n'avons pas reproduit un tableau mais uniquement interprété les résultats.

Le cas des téléphones cellulaires

Les consommateurs admettent qu'ils ont une compréhension moyenne des règles régissant les téléphones cellulaires (45 %). On remarque encore une fois une différence statistiquement significative entre les provinces (χ^2 $p < .001$). Cette différence se trouve notamment entre les répondants de l'Ontario, qui estiment avoir une très bonne compréhension des règles, et ceux du Québec qui, pour leur part, sont plus nombreux à considérer que leur compréhension des règles régissant les téléphones cellulaires est nulle. Pour leur part, les consommateurs de la Colombie-Britannique se considèrent moyennement informés.

Il n'est donc pas étonnant de constater que les Québécois considèrent très important que l'information quant aux différentes règles en matière de téléphones cellulaires doive être plus facilement accessible pour les consommateurs Canadiens, alors que les Ontariens et les consommateurs des Prairies sont plutôt mitigés (réponse de 5 sur une échelle de 1 à 8).

C'est ce que démontre le résultat de l'ANOVA et du Scheffé³⁶⁶. En effet, nous avons obtenu un F significatif ($F(9, 2033) 6,212$ $p < .001$). Le test de Scheffé indique pour sa part que c'est la moyenne Québécoise qui est statistiquement différente de l'Ontario et des provinces des Prairies.

Cette différence régionale s'observe également lorsqu'on interroge sur la situation hypothétique suivante : « Supposons qu'il y a un an, vous avez acheté un nouveau téléphone cellulaire et signé un contrat avec une compagnie de télécommunication faisant affaire partout au Canada. Vous déménagez dans une autre province. Selon vous, quelles sont les règles régissant votre contrat de cellulaire? » Encore une fois, il existe une différence entre le Québec et l'Ontario. Les Québécois répondent que ce sont les règles fédérales qui s'appliquent puisque c'est le gouvernement fédéral qui a compétence en matière de télécommunication alors que les Ontariens répliquent en affirmant que ce sont les règles de la nouvelle province.

Les Québécois sont constants dans leurs réponses, lorsqu'on les interroge sur les règles lors de l'acquisition d'un nouveau cellulaire dans une nouvelle province. Ces derniers maintiennent encore que ce sont les règles fédérales qui s'appliquent. Cependant, ce sont plutôt les consommateurs des Maritimes qui estiment que ce sont les règles de la nouvelle province de résidence qui prévaudront.

³⁶⁶ Le test de Scheffé est un test assez conservateur qui, lorsque l'ANOVA est significatif, permet d'identifier où se trouve la différence. Dans ce cas précis il s'agit d'identifier si une ou des provinces possèdent une moyenne différente d'une ou d'autres provinces.

Tableau 36
 Compréhension des règles régissant les téléphones cellulaires
 Réponses à la question : « Parmi les affirmations suivantes, laquelle se rapproche le plus de
 votre situation? »

	Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
J'ai une très bonne compréhension des règles régissant les téléphones cellulaires	4,4 %	4,2 %	2,4 %	8,9 %	3,7 %	3,2 %
J'ai une bonne compréhension des règles régissant les téléphones cellulaires	14,5 %	12,0 %	13,6 %	15,3 %	16,6 %	15,4 %
J'ai une compréhension moyenne des règles régissant les téléphones cellulaires	44,9 %	46,7 %	36,9 %	46,1 %	46,8 %	49,5 %
J'ai une faible compréhension des règles régissant les téléphones cellulaires	21,5 %	24,0 %	23,8 %	18,5 %	22,0 %	18,4 %
Ma compréhension des règles en régissant les téléphones cellulaires est nulle	14,7 %	13,1 %	23,3 %	11,2 %	10,9 %	13,5 %

Les Canadiens admettent donc qu'ils ont une connaissance moyenne des règles régissant les téléphones cellulaires. La grande majorité des consommateurs (46,3 %) estiment toutefois qu'il est très important que l'information quant aux différentes règles en matière de téléphones cellulaires soit plus facilement accessible pour les consommateurs canadiens. En réponse à la question « Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas important et 8 étant très important, croyez-vous que l'information quant aux différentes règles en matière de téléphones cellulaires devrait être

plus facilement accessible pour les consommateurs canadiens? », c'est plus de 80 % (83,5 %) des consommateurs qui donnent une réponse variant de 6 à 8.

Tableau 37
Niveau d'importance sur l'accessibilité de l'information quant aux règles en matière de téléphones cellulaires

	Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Réponse de 6 sur une échelle de 1 (pas du tout important à 8 (très important))	17,4 %	16,7 %	13,9 %	19,5 %	18,3 %	19,4 %
Réponse de 7 sur une échelle de 1 (pas du tout important à 8 (très important))	19,5 %	20,8 %	21,8 %	16,0 %	17,6 %	20,8 %
Réponse de 8 sur une échelle de 1 (pas du tout important à 8 (très important))	46,6 %	46,6 %	57,3 %	41,0 %	41,5 %	42,7 %
Somme des réponses de 6 à 8	83,5 %	84,1 %	93,0 %	76,5 %	77,4 %	82,9 %

Tableau 38
Niveau d'importance sur l'accessibilité de l'information quant aux règles en matière de
téléphones cellulaires
(Manitoba, Québec, Saskatchewan, Nouveau-Brunswick)

	Canada	Manitoba	Québec	Saskatchewan	Nouveau-Brunswick
Réponse de 6 sur une échelle de 1 (pas du tout important à 8 (très important))	17,4 %	18,8 %	13,9 %	23,0 %	20,8 %
Réponse de 7 sur une échelle de 1 (pas du tout important à 8 (très important))	19,5 %	14,5 %	21,8 %	18,9 %	14,6 %
Réponse de 8 sur une échelle de 1 (pas du tout important à 8 (très important))	46,6 %	47,0 %	57,3 %	33,8 %	46,9 %
Somme des réponses de 6 à 8	83,5 %	80,3 %	93,0 %	75,7 %	82,3 %

On remarquera, à la lecture des deux tableaux précédents, que les québécois considèrent l'accessibilité comme étant très importante alors que les consommateurs des Prairies sont un peu plus nuancés. Pour ces derniers, c'est trois consommateurs sur quatre (75,7 %) qui trouvent important l'accessibilité aux règles.

Ces résultats prennent leur sens lorsqu'on examine les réponses à la question hypothétique suivante : « Supposons qu'il y a un an, vous avez acheté un nouveau téléphone cellulaire et signé un contrat avec une compagnie de télécommunication faisant affaire partout au Canada. Vous déménagez dans une autre province. Selon vous, quelles sont les règles régissant votre contrat de cellulaire? » (tableau 39). En effet, les consommateurs ont de la difficulté à dire ce qui, à leurs yeux, s'applique.

Tableau 39

« Supposons qu'il y a un an, vous avez acheté un nouveau téléphone cellulaire et signé un contrat avec une compagnie de télécommunication faisant affaire partout au Canada. Vous déménagez dans une autre province. Selon vous, quelles sont les règles régissant votre contrat de cellulaire? »

	Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Les règles de la province où j'ai signé mon contrat	31,9 %	32,8 %	25,7 %	32,6 %	34,7 %	34,8 %
Les règles de la nouvelle province où je vis maintenant	9,8 %	10,8 %	5,3 %	14,3 %	12,2 %	7,4 %
Les règles fédérales puisque c'est le gouvernement fédéral qui a compétence en matière de télécommunication	21,7 %	16,2 %	27,7 %	19,7 %	18,3 %	22,8 %
Les règles fédérales et les règles de la province où j'ai signé mon contrat	12,1 %	11,2 %	12,6 %	10,6 %	14,6 %	11,5 %
Je ne sais pas	25,0 %	29,0 %	28,7 %	22,8 %	20,1 %	23,5 %

Il ressort de ce tableau que, pour toutes les régions, au moins un consommateur sur cinq ne peut répondre à la question. De plus, les autres consommateurs se répartissent selon les propositions. On notera que les Québécois penchent plus sur la proposition des règles fédérales. Nous pouvons toutefois conclure qu'il existe un manque d'information sur le sujet.

Résumé pour les téléphones cellulaires

- 45 % des Canadiens disent qu'ils ont une compréhension moyenne des règles régissant les téléphones cellulaires.
- Plus l'âge augmente moins les consommateurs disent qu'ils comprennent bien les règles qui régissent les téléphones cellulaires.
- Les hommes se donnent une meilleure évaluation que les femmes concernant la compréhension des règles.
- Les consommateurs moins scolarisés se divisent en deux groupes distincts. Soit ils disent connaître très bien les règles, soit ils se considèrent nuls au niveau de la connaissance.
- Ce sont surtout les Québécois et les consommateurs âgés de 55 ans et plus qui trouvent qu'il est très important que l'information quant aux différentes règles en matière de téléphones cellulaires soit plus facilement accessible pour les consommateurs canadiens. Les autres répondants trouvent cela moyennement important.
- Près d'une personne sur trois (32 %) dit que ce sont les règles de la province ou le contrat est signé qui sont applicables alors qu'une personne sur cinq (21 %) dit que ce sont les lois fédérales qui sont d'usages.
- Les Québécois et les répondants avec un diplôme universitaire croient que ce sont les règles fédérales qui s'appliquent lorsqu'une personne déménage dans une autre province ou lorsqu'elle signe une nouvelle entente. Les Ontariens et les consommateurs de 18 à 34 ans croient plutôt que ce sont les lois de leur province.
- Les Canadiens considèrent d'assez à très important la diffusion des règles concernant la téléphonie cellulaire.
- Les Canadiens ne peuvent répondre aux différents scénarios concernant les règles concernant la téléphonie cellulaire.

Les cartes cadeaux : Important dans les Maritimes

Un peu plus de 50% (51,8 %) des répondants indiquent qu'il est très important que les règles en lien avec les cartes cadeaux soient les même partout au Canada. Globalement, c'est plus de 80 % des consommateurs (81,7 %) qui estiment assez à très important qu'il y ait des règles pancanadiennes. Ce sont les résidents des Maritimes qui sont les plus favorables à cette idée³⁶⁷. On remarquera également à la lecture des différents tableaux que les Québécois ont des perceptions légèrement différentes des autres Canadiens.

Tableau 40
« Croyez-vous qu'il est important que les règles en lien avec les cartes cadeaux soient les mêmes partout au Canada? »
(Réponses Assez à Très important)³⁶⁸

	Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Réponse de 6 sur une échelle de 1 (pas du tout important à 8 (très important))	13,7 %	11,1 %	11,2 %	18,0 %	14,2 %	14,7 %
Réponse de 7 sur une échelle de 1 (pas du tout important à 8 (très important))	16,2 %	15,7 %	18,7 %	16,1 %	17,3 %	13,0 %
Réponse de 8 sur une échelle de 1 (pas du tout important à 8 (très important))	51,8 %	57,8 %	54,4 %	45,4 %	49,5 %	51,5 %
Somme des réponses de 6 à 8	81,7 %	84,6 %	84,3 %	79,5 %	81,0%	79,2 %

³⁶⁷ t p< ,05

³⁶⁸ Les répondants devaient indiquer un niveau d'importance sur une échelle de 1 à 8 (1 étant pas du tout important et 8 très important). Nous avons encore une fois utilisé les réponses de 6 à 8 puisque ces dernières représentent 81,7 % de l'ensemble de toutes les réponses.

Les répondants croient qu'il est possible, dans une proportion de 76 %, d'utiliser une carte cadeau d'un magasin qui a des succursales au Canada de la même manière dans toutes les provinces (voir tableau 40). On notera que ce sont les consommateurs des Maritimes et de la Colombie-Britannique qui répondent le plus souvent oui. Notons que près de 15 % des répondants ne savent pas si c'est possible.

Tableau 41

« Supposons que vous possédez une carte cadeau d'un magasin qui a des succursales partout au Canada. Selon vous, croyez-vous pouvoir l'utiliser de la même manière dans toutes les provinces? »

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Oui	76,3 %	80,1 %	72,3 %	73,6 %	76,1 %	80,2 %
Non	9,2 %	5,4 %	9,7 %	11,6 %	12,4 %	6,6 %
Ne sais pas	14,5 %	14,5 %	18,0 %	14,8 %	11,4 %	13,2 %

Deux raisons sont invoquées pour répondre oui. On retrouvera la distribution régionale de ces raisons au tableau 42. Ceux qui répondent oui réfèrent surtout aux règles des entreprises alors que ceux qui répondent non (tableau 43) font plutôt référence aux règles contractuelles ou gouvernementales.

Tableau 42

Raisons pourquoi ils pensent que oui

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Comme il s'agit d'un magasin ayant des succursales partout au Canada, les règles fédérales s'appliquent	48,0 %	50,1 %	33,3 %	51,7 %	54,8 %	52,3 %
Les règles sont déterminées par le siège social et sont les mêmes dans toutes les succursales	43,0 %	42,5 %	60,7 %	32,2 %	36,2 %	39,4 %

Tableau 43
Raisons pourquoi ils pensent que non

	Total Canada	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie- Britannique
Tout dépend de ce qu'il y a dans mon contrat	39,6 %	38,3 %	31,6 %	38,4 %	41,9 %	53,1 %
Ce sont les lois provinciales qui s'appliquent et il y a des différences d'une province à l'autre	46,6 %	42,0 %	53,5 %	50,4 %	44,9 %	37,0 %

Conclusion générale

Les consommateurs disent avoir une bonne connaissance des lois et règles en rapport avec la consommation. Toutefois, nous avons constaté que, pour plusieurs scénarios, les répondants étaient incapables de répondre aux questions. Ceci indique qu'il existe un manque au niveau de l'information. Il n'est donc pas étonnant que les répondants aient exprimé un désir d'avoir accès à plus d'informations. Nous avons également remarqué des différences régionales sur plusieurs sujets. En matière de garantie légale, de clauses d'arbitrage et de télécommunication, les Québécois semblent connaître un peu mieux leurs droits que les autres Canadiens. Par contre, dans les autres domaines étudiés, ils les connaissent moins ou sont dans la moyenne. Malgré ce constat, il est important de souligner qu'il existe une grande confusion, pour l'ensemble des régions, quant à la responsabilité de l'application des lois et règlements. En effet, le partage de responsabilité entre les gouvernements provinciaux et le gouvernement fédéral ne semble pas toujours clair pour les répondants.

On retrouvera l'essentiel des particularités des réponses en début de texte sous la rubrique résumé.

Annexe 2 – Rapport de la firme de sondage BIP (données brutes)

PROV

Dans quelle province ou territoire se situe votre résidence principale?

N =		2043	100%
Alberta	01	219	11%
Colombie-Britannique	02	408	20%
Manitoba	03	117	6%
Nouveau-Brunswick	04	96	5%
Nouvelle-Écosse	05	195	10%
Nunavut	06	0	0%
Ontario	07	405	20%
Québec	08	412	20%
Saskatchewan	09	74	4%
Terre-Neuve-et-Labrador	10	90	4%
Territoires du Nord-Ouest	11	0	0%
Yukon	12	0	0%
Île-du-Prince-Édouard	13	27	1%

SECT2

SECTION II L'EXPÉRIENCE DES CONSOMMATEURS

=> +1
if 1

N =		0	100%
-----	--	---	------

Q1

Au cours de la dernière année, avez-vous déjà acheté un bien alors que vous étiez dans une autre province que votre province de résidence?

N =		2043	100%
Oui	1	1059	52%
Non	2 => Q4	984	48%

Q2

Combien de fois en avez-vous achetés?

N =		1059	100%
Une fois	1	127	12%
Entre 2 et 5 fois	2	524	49%
Entre 6 et 9 fois	3	184	17%
Plus de 10 fois	4	224	21%

Q3

De quels types de bien s'agissait-il? Plus d'un choix possible.

N =		1059	100%
Appareil électronique	01	307	29%
Vêtement et accessoire de mode	02	647	61%
Appareil électroménager	03	109	10%
Auto	04	32	3%
Livre, musique, jeu vidéo	05	353	33%
Produit d'hygiène et de beauté	06	352	33%
Autres - Précisez :	97	39	4%
*Vin, Alcool/boisson et bières	07	71	7%
*Produits alimentaires / épicerie	08	120	11%
*Essence (gaz) / huile à moteur	09	29	3%
*Cadeaux / souvenirs / objets de collection / oeuvre d'art	10	28	3%
*Articles de cuisines / salle de bain (vaisselle, serviettes etc..)	11	8	1%
*Restaurants / repas restaurants	12	13	1%
*Articles de sport	13	14	1%
*Jouets / articles de loisir / articles d'artisanat	14	22	2%
*Bijoux	15	5	0%
*Instrument de musique	16	0	0%
*Équipement de camping / chasse / pêche	17	4	0%
*Cigarettes	18	5	0%
*Hôtel / Hébergement	19	6	1%
*Articles de quincaillerie (outils, pièces, etc..)	20	10	1%
*Articles de jardin / jardinage	21	3	0%
*Meuble (chaise, fauteuil...)	22	5	0%

Q4

Au cours de la dernière année, avez-vous fait des achats sur Internet?

N =			2043	100%
Oui	1		1691	83%
Non	2	=> Q13	352	17%

Q5

Combien d'achat avez-vous fait?

N =			1691	100%
Un seul	1		156	9%
Entre 2 et 5	2		772	46%
Entre 6 et 9	3		321	19%
Plus de 10	4		442	26%

Q6

Au cours de la dernière année, avez-vous acheté, via Internet, des biens dans une autre province canadienne?

N =			1691	100%
Oui, j'en ai acheté	1		1047	62%
Je ne crois pas en avoir acheté, mais c'est possible	2		393	23%
Non, je n'en ai pas acheté	3		251	15%

Q7

Lorsque vous faites des achats sur Internet, regardez-vous dans quelle province / pays est située l'entreprise?

N =			1691	100%
-----	--	--	------	------

Oui, toujours	1	633	37%
Oui, parfois	2	542	32%
Rarement	3	282	17%
Non, jamais	4 => Q11	234	14%

Q8

Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas du tout important et 8 étant très important, est-ce important pour vous d'avoir cette information?

N =		1457	100%
1 - Pas du tout important	1	46	3%
2	2	52	4%
3	3	104	7%
4	4	144	10%
5	5	257	18%
6	6	309	21%
7	7	176	12%
8 - Très important	8	369	25%

Q9

Pourquoi est-ce important?

=> +1
if Q8=1,2

N =		1359	100%
Je veux acheter des biens d'une entreprise située au Canada	1	445	33%
Je veux acheter des biens d'une entreprise située dans ma province	2	123	9%
Je préfère acheter des biens dans certains pays plutôt que dans d'autres	3	154	11%
Je veux connaître cette information au cas où il y aurait un problème avec mon achat	4	637	47%

Q10

L'endroit où est située l'entreprise influence-t-elle votre décision d'achat?

N =		1457	100%
Oui, toujours	1	241	17%
Oui, parfois	2	897	62%
Rarement	3	258	18%
Non, jamais	4	61	4%

Q11

Avant de donner votre accord aux conditions et modalités de l'entente (terms of agreement), est-ce que vous les lisez?

N =			1691	100%
Toujours	1	=> Q13	526	31%
Souvent	2	=> Q13	613	36%
Rarement	3		469	28%
Jamais	4		78	5%
Je ne sais pas ce que veut dire « conditions et modalités de l'entente » (<i>terms of agreement</i>)	9		5	0%

Q12

Quelle est la raison qui vous porte à les lire rarement ou jamais? Plus d'une réponse possible.

N =		552	100%
Pour sauver du temps; le texte est trop long	1	329	60%
Je ne comprends pas ce qui est écrit	2	75	14%
Ça ne donne rien de les lire; de toute façon, je dois donner mon accord pour acheter le bien	3	344	62%
Je ne sais pas ce que veut dire « conditions et modalités de l'entente » (<i>terms of agreement</i>)	4	6	1%

Il n'y a pas de raison particulière	5	28	5%
-------------------------------------	---	----	----

Q13

Que vous ayez acheté en ligne ou en personne, avez-vous déjà eu un ou des problèmes après avoir acheté un bien dans une autre province?

N =		2043	100%
Oui	1	152	7%
Non	2 => Q15	1891	93%

Q14

Quel type de problèmes avez-vous eu?

N =		152	100%
Défectuosité du bien	01	68	45%
Mésentente au sujet du paiement	02	28	18%
Refus d'annulation du contrat	03	13	9%
Garantie non honorée	04	15	10%
Fraude	05	11	7%
Autres - Précisez :	97	15	10%
*Non livré (perdu ou volé)	06	12	8%
*Mauvais produit / ne me convenait pas / ne correspondait pas	07	8	5%
*Frais additionnel	08	9	6%
*Délai de livraison / délai de livraison non respecté	09	12	8%

Q15

Selon vous, lorsque vous achetez, en personne, un bien provenant d'une autre province, quelles lois s'appliquent?

N =		2043	100%
Celles de ma province	1	179	9%
Celles de la province où j'ai acheté le bien	2	855	42%
Les deux, puisqu'il s'agit des mêmes lois	3	130	6%

Le deux, même si ce sont des lois différentes	4	153	7%
Les lois fédérales	5	121	6%
Je ne sais pas	9	605	30%

Q16

Selon vous, lorsque vous achetez, sur Internet, un bien provenant d'une autre province, quelles lois s'appliquent?

N =		2043	100%
Celles de ma province	1	252	12%
Celles de la province où j'ai acheté le bien	2	666	33%
Les deux, puisqu'il s'agit des mêmes lois	3	106	5%
Le deux, même si ce sont des lois différentes	4	218	11%
Les lois fédérales	5	201	10%
Je ne sais pas	9	600	29%

SECT3

SECTION III: CRÉDIT À LA CONSOMMATION

=> +1			
if 1			
N =		0	100%

Q17

Dans cette section, nous utilisons le terme « crédit à la consommation » pour désigner tout financement lié à l'achat ou à la location d'un bien par un commerçant et non le crédit octroyé directement par une institution financière, tel que les cartes de crédit, les hypothèques, les prêts personnels et les marges de crédit. Parmi les affirmations suivantes, laquelle vous définit le mieux?

N =		2043	100%
J'ai une très bonne compréhension des règles en matière de crédit à la consommation	1	312	15%
J'ai une assez bonne compréhension des règles en matière de crédit à la consommation	2	592	29%
J'ai une compréhension moyenne des règles en matière de crédit à la consommation	3	762	37%
J'ai une faible compréhension des règles en matière de crédit à la consommation	4	219	11%
Ma compréhension des règles en matière de crédit à la consommation est nulle	5	158	8%

Q18

Selon vous, les règles encadrant les informations à fournir au consommateur en matière de crédit à la consommation sont les mêmes dans toutes les provinces?

N =		2043	100%
Oui, elles sont les mêmes	1	208	10%
Non, elles sont semblables, mais il y a des différences entre les provinces	2	702	34%
Non, elles sont différentes d'une province à l'autre	3	333	16%
Je ne sais pas	9	800	39%

Q19

Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas du tout important et 8 étant très important, pensez-vous qu'il est important que les règles encadrant la divulgation d'informations en matières de crédit à la consommation soient les mêmes dans toutes les provinces?

N =		2043	100%
1 - Pas du tout important	1	29	1%
2	2	22	1%
3	3	56	3%
4	4	169	8%
5	5	280	14%
6	6	379	19%

7	7	334	16%
8 - Très important	8	774	38%

Q20

Si vous achetez un bien dans une autre province, concluez une entente de crédit avec le marchand et êtes incapable de faire régulièrement vos paiements, cela affectera-t-il votre dossier de crédit?

N =		2043	100%
Cela n'affectera pas mon dossier de crédit	1	160	8%
Cela affectera mon dossier de crédit	2	1524	75%
Je ne sais pas	9	359	18%

Q21

Supposons qu'un consommateur ne paie pas son compte et que le marchand décide d'utiliser les services d'une agence de recouvrement. Selon vous, est-ce que les règles régissant la conduite de ces agences sont les même à travers le Canada?

N =		2043	100%
Oui	1	539	26%
Non	2	492	24%
Je ne sais pas	9	1012	50%

SECT4

SECTION IV LES GARANTIES LÉGALES

=> +1			
if 1			
N =		0	100%

Q22

Un consommateur se rend dans une autre province et y achète un bien. Ce dernier brise quelques mois après la garantie du fabricant. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection?

N =		2043	100%
Non, il n'est pas protégé	1	844	41%
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	2	177	9%
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de la province où il a fait son achat	3	383	19%
Oui, il est protégé par deux lois provinciales, celle de sa province et celle où il a fait son achat	4	132	6%
Je ne sais pas	9	507	25%

Q23

Un consommateur achète un bien dans sa province de résidence. Ce dernier brise dès la fin de la garantie du fabricant. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection?

N =		2043	100%
Non, il n'est pas protégé	1	1176	58%
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	2	547	27%
Je ne sais pas	9	320	16%

Q24

Un consommateur va sur le site internet d'un magasin situé dans une autre province et achète un bien. Ce dernier cesse de fonctionner alors que la garantie du fabricant est échue. Le consommateur n'a pas acheté de garantie prolongée. Selon vous, le consommateur dispose-t-il d'une protection?

N =		2043	100%
Non, il n'est pas protégé	1	1175	58%

Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de sa province	2	146	7%
Oui, il est protégé par la loi (ou le droit) de la province où il a fait son achat	3	199	10%
Oui, il est même protégé par les lois (ou le droit) de deux provinces, la sienne et celle où il a fait son achat	4	72	4%
Je ne sais pas	9	451	22%

SECT5

SECTION V LES RECOURS COLLECTIFS

=> +1			
if 1			
N =		0	100%

Q25

Croyez-vous que les règles régissant les recours collectifs sont les mêmes dans chacune des provinces?

N =		2043	100%
Oui, elles sont les mêmes	1	160	8%
Non, elles sont semblables, mais il y a des différences entre les provinces	2	640	31%
Non, elles sont différentes d'une province à l'autre	3	392	19%
Je ne sais pas	9	851	42%

Q26

Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas du tout important et 8 étant très important, pensez-vous qu'il est important que les règles en matière de recours collectif soient les mêmes dans toutes les provinces?

N =		2043	100%
1 - Pas du tout important	1	33	2%
2	2	32	2%
3	3	45	2%
4	4	182	9%
5	5	314	15%
6	6	377	18%
7	7	343	17%
8 - Très important	8	717	35%

Q27

Vous aimeriez être membre de ce recours mais une clause de votre contrat vous oblige à vous tourner vers un arbitre en cas de conflit. Quelle solution s'offre à vous?

N =		2043	100%
Je peux faire partie du recours collectif. La clause de mon contrat est illégale	1	295	14%
Je dois respecter mon contrat et me tourner vers un arbitre	2	747	37%
Je ne sais pas	9	1001	49%

Q28

Croyez-vous que tous les Canadiens peuvent être empêchés d'être membre d'un recours collectif à cause d'une telle clause?

N =		2043	100%
Oui, la loi est la même pour tous	1	208	10%
Non, certaines provinces interdisent d'inscrire de telles clauses dans les contrats.	2	518	25%
Je ne sais pas	9	1317	64%

Q29

Parmi les affirmations suivantes, laquelle se rapproche le plus de votre situation?

N =		2043	100%
J'ai une très bonne compréhension des règles régissant les téléphones cellulaires	1	91	4%
J'ai une bonne compréhension des règles régissant les téléphones cellulaires	2	298	15%
J'ai une compréhension moyenne des règles régissant les téléphones cellulaires	3	924	45%
J'ai une faible compréhension des règles régissant les téléphones cellulaires	4	436	21%
Ma compréhension des règles en régissant les téléphones cellulaires est nulle	5	294	14%

Q30

Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas important et 8 étant très important, croyez-vous que l'information quant aux différentes règles en matière de téléphones cellulaires devrait être plus facilement accessible pour les consommateurs Canadiens?

N =		2043	100%
1 - Pas important	1	21	1%
2	2	13	1%
3	3	23	1%
4	4	102	5%
5	5	194	9%
6	6	358	18%
7	7	396	19%
8 - Très important	8	936	46%

Q31

Supposons qu'il y a un an, vous avez acheté un nouveau téléphone cellulaire et signé un contrat avec une compagnie de télécommunication faisant affaire

partout au Canada. Vous déménagez dans une autre province. Selon vous, quelles sont les règles régissant votre contrat de cellulaire?

N =		2043	100%
Les règles de la province où j'ai signé mon contrat	1	656	32%
Les règles de la nouvelle province où je vis maintenant	2	204	10%
Les règles fédérales puisque c'est le gouvernement fédéral qui a compétence en matière de télécommunication	3	428	21%
Les règles fédérales et les règles de la province où j'ai signé mon contrat	4	248	12%
Je ne sais pas	9	507	25%

Q32

Peu de temps après, vous décidez d'acheter un nouveau cellulaire auprès de la même entreprise. Vous signer alors un nouveau contrat. Selon vous, quelles règles régissent votre nouveau contrat de cellulaire?

N =		2043	100%
Les règles de la nouvelle province où je vis maintenant puisque j'y ai signé un nouveau contrat	1	794	39%
Les règles fédérales puisque c'est le gouvernement fédéral qui a compétence en matière de télécommunication	2	405	20%
Les règles fédérales et les règles de la nouvelle province où je vis maintenant	3	355	17%
Je ne sais pas	9	489	24%

Q33

Sur une échelle de 1 à 8, 1 n'étant pas important et 8 étant très important, croyez-vous qu'il est important que les règles en lien avec les cartes cadeaux soient les mêmes partout au Canada?

N =		2043	100%
1 - Pas important	1	21	1%

2	2	24	1%
3	3	31	2%
4	4	92	5%
5	5	207	10%
6	6	282	14%
7	7	330	16%
8 - Très important	8	1056	52%

Q34

Supposons que vous possédez une carte cadeau d'un magasin qui a des succursales partout au Canada. Selon vous, croyez-vous pouvoir l'utiliser de la même manière dans toutes les provinces?

N =		2043	100%
Oui	1	1562	76%
Non	2	187	9%
Je ne sais pas	9	294	14%

Q35

Vous avez répondu « Oui » parce que :

=> +1 if NON Q34=1			
N =		1562	100%
Les lois de ma province s'appliquent peu importe où je vais au Canada	01	114	7%
Comme il s'agit d'un magasin ayant des succursales partout au Canada, les règles fédérales s'appliquent	02	759	49%
Les règles sont déterminées par le siège social et sont les mêmes dans toutes les succursales	03	661	42%
Autre raison - Précisez :	97	6	0%
*NSP/NRP	99	2	0%
C'est ce qui devrait être / c'est logique / je crois	96	6	0%
*Le magasin me l'a dit	04	2	0%
*Déjà essayé	05	1	0%

*Me suis informé avant l'achat de la carte cadeau	06	2	0%
*C'est comme de l'argent comptant / c'est la même chose que l'argent	07	9	1%

Q36

Vous avez répondu « Non » ou « Je ne sais pas » parce que :

=> +1 if NON Q34=2,9			
N =		481	100%
Tout dépend de ce qu'il y a dans mon contrat	01	192	40%
Ce sont les lois provinciales qui s'appliquent et il y a des différences d'une province à l'autre	02	223	46%
Autre raison - Précisez :	97	22	5%
*Je n'y connais rien / je ne sais pas / aucune idée / pas certain	00	42	9%
*Je n'ai jamais eu de cellulaire	04	2	0%

SEXE

Êtes-vous...

N =		2043	100%
un homme	1	1064	52%
une femme	2	979	48%

AGE

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

N =		2043	100%
De 18 à 24 ans	1	84	4%
De 25 à 34 ans	2	434	21%
De 35 à 44 ans	3	293	14%

De 45 à 54 ans	4	397	19%
De 55 à 64 ans	5	518	25%
65 ans ou plus	6	317	16%

SCOL

Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous ayez complété?

N =		2043	100%
École primaire	01	15	1%
Secondaire	02	430	21%
Cégep ou technique	03	725	35%
Diplôme universitaire premier cycle	04	596	29%
Diplôme universitaire deuxième cycle	05	258	13%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99	19	1%

REVEN

Quel est le revenu annuel total de votre ménage pour 2014 (avant impôt et en incluant les revenus de toutes provenances et de tous les membres du ménage)?

N =		2043	100%
Moins de 20 000 \$	01	105	5%
20 000 \$ - 39 999 \$	02	284	14%
40 000 \$ - 59 999 \$	03	324	16%
60 000 \$ - 79 999 \$	04	323	16%
80 000 \$ - 99 999 \$	05	255	12%
100 000 \$ et plus	06	481	24%
Je préfère ne pas répondre	99	271	13%