Commentaires d'Option consommateurs



Consultations prébudgétaires 2027

MINISTÈRE DES FINANCES DU QUÉBEC

10 novembre 2026

OPTION consommateurs

Option consommateurs est une association à but non lucratif indépendante, qui a pour mission d'aider les consommateurs et de défendre leurs droits.

Aussi enregistrée comme organisme de bienfaisance, elle offre plusieurs services (information juridique, consultations budgétaires, séances d'information), fait des représentations auprès des décideurs et mène des actions collectives. Elle s'intéresse de près aux questions liées aux finances personnelles, aux pratiques commerciales, aux services financiers, à la protection de la vie privée, à l'énergie, à l'endettement et à l'accès à la justice.

Table des matières

Sommaire des recommandations **4**

1. Mieux protéger les consommateurs en cas de fraude **6**

2. Renforcer la surveillance de l'application de la loi et l'accès à la justice des consommateurs **7**

2.1. Réinvestir dans les organismes d'application de la loi 7

2.2. Instaurer une équipe de surveillance des marchés québécois 10

2.3. Favoriser l'accès à la justice pour les consommateurs 11

3. Alléger le fardeau budgétaire des consommateurs **11**

3.1. Lutter contre l'inflation alimentaire 12

3.2. Aider les consommateurs à acheter local 12

3.3. Favoriser l'accès au logement et à la propriété 13

3.4. Renforcer le soutien aux ménages les plus vulnérables 14

3.5. Atténuer l'impact de la hausse du coût de l'énergie 15

4. Adapter la *Loi sur la protection du consommateur* aux enjeux numériques et aux nouvelles pratiques commerciales **16**

4.1. Grandes plateformes en ligne 16

4.2. Interfaces truquées 17

4.3. Intelligence artificielle dans la publicité 17

4.4. Marketing d'influence 18

4.5. Formules « Achetez maintenant, payez plus tard » 18

4.6. Secteur automobile 19

Sommaire des recommandations

Protection en cas de fraude :

- **Mettre en vigueur les protections prévues à la *Loi sur la protection du consommateur* en cas de fraude bancaire;**

Application de la loi et accès à la justice :

- **Augmenter le financement de l'Office de la protection du consommateur et de la Commission d'accès à l'information;**
- **Instaurer une équipe économique au sein du gouvernement, de pleine collaboration avec l'OPC et les autres ministères dont le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, qui aurait comme mandat de surveiller et d'enquêter sur les enjeux de concentration des marchés et de hausse des prix;**
- **Poursuivre les investissements en justice, notamment pour assurer une meilleure rémunération du personnel judiciaire ainsi que des professionnels qui y œuvrent, tels que les arbitres et les médiateurs;**
- **Entreprendre des démarches pour rendre accessibles plus de données judiciaires afin d'être en mesure de bien cibler les besoins en justice;**

Budget des consommateurs :

- **Encadrer la réduflation et la déqualiflation, notamment en obligeant les entreprises à indiquer que la quantité d'un produit a été réduite**;
- **Exiger l'indication obligatoire de la provenance des biens de consommation et l'établissement de barèmes clairs et harmonisés pour en déterminer l'origine;**
- **Prioriser les logements sociaux, en favorisant la construction de projets portés par des coopératives d'habitation et des organismes à but non lucratif;**
- **Mettre en place un registre provincial des loyers;**

- **Mettre sur pied une stratégie nationale en matière d'accès au logement et d'accès à la propriété incluant tous les acteurs de la société civile;**

- **Élargir l'accès à l'allocation-logement aux personnes de 50 ans et moins;**

- **Hausser le revenu maximal du crédit d'impôt pour la solidarité pour les personnes seules et les familles monoparentales;**

- **Inclure une composante énergie au crédit d'import pour solidarité afin d'atténuer l'impact des hausses des tarifs en électricité des consommateurs résidentiels;**

Droits des consommateurs :

- **Responsabiliser les grandes plateformes en ligne dans les transactions que les consommateurs concluent par leur entremise;**

- **Interdire les interfaces truquées;**

- **Exiger plus de transparence des commerçants qui ont recours à l'intelligence artificielle générative dans leurs publicités;**

- **Prévoir des obligations de divulgation de contenu publicitaire en ligne;**

- **Renforcer l'encadrement des formules « Achetez maintenant, payez plus tard »;**

- **Mettre en vigueur les nouvelles dispositions visant notamment à mieux encadrer la location à long terme et les paiements « ballon » introduites en 2024 par le projet de loi n° 72;**

- **S'assurer que tous les commerçants offrant du crédit aux consommateurs aient l'obligation d'obtenir un permis, incluant la vente à tempérament.**

Les consommateurs québécois sont préoccupés par le coût de la vie. La grande majorité d'entre eux (75 %) rapportent que l'inflation a un impact important sur leur situation financière[1]. Pis encore, les dépenses essentielles comme l'épicerie et le logement sont au cœur de leurs inquiétudes[2].

Dans le cadre des consultations prébudgétaires 2027, Option consommateurs présente quatre grandes priorités d'action au gouvernement afin d'alléger les pressions du coût de la vie : mieux **protéger les consommateurs en cas de fraude**, **réinvestir dans l'application de la loi et dans l'accès à la justice**, **soutenir le budget des consommateurs** et **renforcer les droits des consommateurs dans l'environnement numérique**.

1. Mieux protéger les consommateurs en cas de fraude

Le fléau de la fraude pèse lourd sur le portefeuille des consommateurs. En 2025, le Centre antifraude du Canada a reçu 112 000 signalements de fraude, représentant plus de 704 millions de dollars en pertes[3]. Selon cet organisme, ces chiffres ne représenteraient que 5 à 10 % des cas de fraude.

En tant qu'association de consommateurs, nous sommes en première ligne pour constater les conséquences de la fraude dans la population. Certaines victimes nous rapportent avoir perdu des dizaines, voire des centaines de milliers de dollars dans des arnaques. Plusieurs se retrouvent dans une situation de précarité financière, d'autres peuvent même se voir endettées[4]. C'est sans compter les impacts psychologiques et sociaux considérables qui résultent souvent de la fraude, tels que l'isolement, les sentiments de honte, de culpabilité ou de crainte, et qui persistent longtemps après l'acte criminel.

En 2024, le projet de loi n° 72 a modifié la *Loi sur la protection du consommateur* afin d'imposer aux institutions financières des obligations de remboursement en cas de fraude dans le compte bancaire du

---

[1] OPTION CONSOMMATEURS et CONSORTIUM DE RECHERCHE EMPIRIQUE EN DROIT INTERDISCIPLINAIRE NUMÉRIQUE ET FINANCIER, *Baromètre de confiance*, Étude réalisée auprès de la population canadienne par Léger, 2026, p. 15.

[2] *Ibid.*, p. 12.

[3] https://antifraudcentre-centreantifraude.ca/features-vedette/2026/02/month-prevention-mois-fra.htm

[4] Selon les données de la Clinique de cyber-criminologie de l'Université de Montréal, plus d'un tiers des victimes s'adressant à cet organisme rapportent un endettement lié à la fraude. Voir : CLINIQUE DE CYBER-CRIMINOLOGIE DE L'UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL, *Rapport annuel 2025/2026*, mars 2026, p. 7.

consommateur. Toutefois, ces modifications ne sont pas encore en vigueur puisqu'elles nécessitent la publication d'un décret. À notre avis, **il est urgent d'adopter le décret qui permettra de donner aux consommateurs les protections prévues à la *Loi sur la protection du consommateur* en cas de fraude bancaire**. Un sondage réalisé récemment par la firme Léger montre d'ailleurs qu'une écrasante majorité de consommateurs (87 %) estiment que les banques devraient rembourser les victimes de fraude bancaire, sauf en cas de négligence grave de leur part[5].

2. Renforcer la surveillance de l'application de la loi et l'accès à la justice des consommateurs

2.1. Réinvestir dans les organismes d'application de la loi

Qu'il s'agisse de la numérisation de la consommation, des incertitudes liées à la situation économique ou des publicités frauduleuses usant de l'hypertrucage, les menaces qui guettent le portefeuille des consommateurs québécois sont croissantes. Dans ce contexte, le gouvernement doit s'assurer que les organismes publics chargés d'appliquer les lois qui protègent les intérêts économiques et la vie privée des citoyens disposent de ressources suffisantes pour remplir leur mission.

Or, nous estimons que les budgets de plusieurs de ces organismes sont largement insuffisants et doivent être augmentés significativement. Le budget total projeté de l'Office de la protection du consommateur (OPC) pour l'exercice 2026-2027 s'élève à 16,1 millions de dollars pour remplir sa vaste mission, qui inclut la réponse directe aux plaintes du public et la surveillance du respect de la loi de l'ensemble des commerçants québécois[6]. De ce montant, seulement 8,16 millions de dollars proviennent du budget de dépenses du gouvernement; la somme de 7,9 millions de dollars restante provient de revenus de tarification, c'est-à-dire des droits perçus directement par l'Office (par exemple pour les permis émis à des commerçants). La Commission d'accès à l'information (CAI) ne compte quant à elle que sur un budget de 12,2 millions de dollars[7].

---

[5] https://option-consommateurs.org/communiques-de-presse/sondage-leger-responsabilisation-banques-victimes-fraude

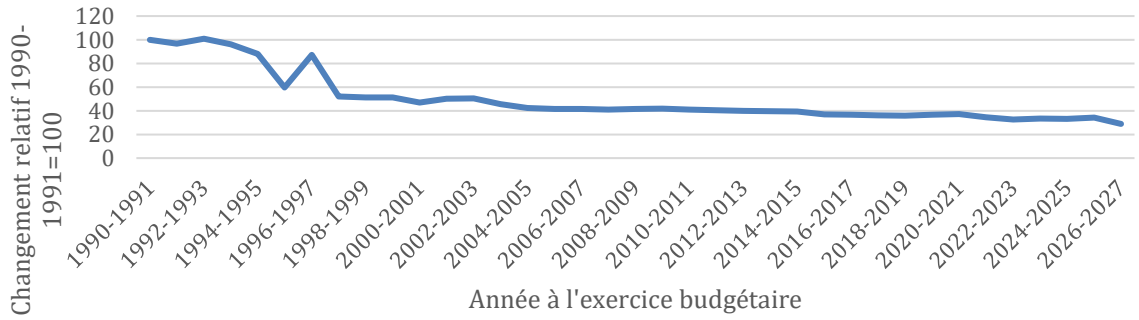
[6] QUÉBEC, *Budget de dépenses 2026-2027*, vol. 3, p. 15-1, 15-11.

[7] QUÉBEC, *Budget de dépenses 2026-2027*, vol. 3, p. 4-1.

Pourtant, investir dans les organismes chargés d'appliquer les lois de protection du public a des retombées hautement positives sur le plan économique. Par exemple, pour l'exercice 2024-2025, le Bureau de la concurrence du Canada estime que ses interventions visant à freiner les pratiques de marketing anticoncurrentielles et trompeuses ont permis aux consommateurs de réaliser des économies totalisant 2,602 milliards de dollars[8]. Avec un budget de 70,1 millions de dollars pour la même période[9], cela représente un ratio bénéfice-coût de 37 pour 1 : pour chaque million de dollars investi dans le financement du Bureau de la concurrence, la société canadienne bénéficie de 37 millions de dollars d'économies.

Malgré les bénéfices potentiels à investir dans cet organisme, l'OPC a vu son financement progressivement diminuer depuis 1990-1991. Ajusté en dollars de 2026, son financement s'élevait à hauteur d'environ 28 millions de dollars à ce moment-là (13,8 millions en 1990-1991). Aujourd'hui, pour l'exercice 2026-2027, le gouvernement ne lui octroie que 8,16 millions. C'est 29 % de son budget pour réaliser la même mission qu'auparavant. En incluant les revenus autonomes, l'OPC a un budget des dépenses d'environ 16 millions de dollars, ce qui représente 57 % du budget de dépenses dont elle disposait pour l'année de référence 1990-1991, ce qui reste largement insuffisant selon nous.

Figure 1 - Évolution du financement de l'OPC excluant les revenus autonomes, en dollars de 2026 (Exercice budgétaire 1990-1991 = 100)



Nous réclamons un retour du soutien gouvernemental pour l'OPC afin de combler le manque à gagner qui s'est creusé au fil des ans. Nous souhaitons

[8] GOUVERNEMENT DU CANADA, *InfoBase du GC – Infographie pour Promotion et application du droit de la concurrence*, Ottawa, 2025.

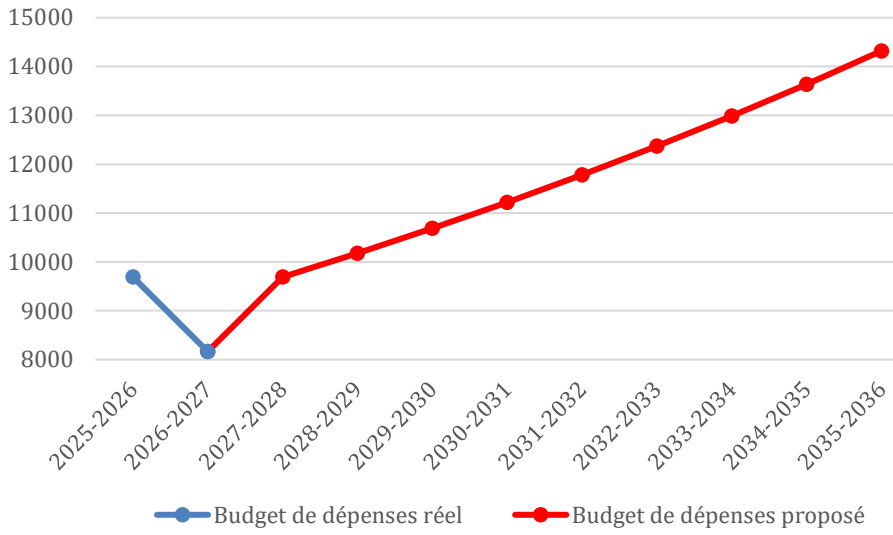
[9] *Ibid*.

que le financement total de l'OPC revienne à ses niveaux historiques et proposons en ce sens deux mesures pour les dix prochaines années :

- Inverser la coupure massive faite au financement de l'OPC en 2026-2027 pour la ramener à son niveau de 2025-2026 à la prochaine année fiscale, soit environ 9,7 millions de dollars.

- Hausser annuellement de 5 % le financement gouvernemental pour le reste de la période visée.

Figure 2 - Évolution des dépenses consolidées du portefeuille prévues pour l'OPC à l'horizon 2035-2036



* Ces dépenses excluent les revenus de tarification (émission de permis à certains types de commerçants) que l'OPC perçoit dans l'exercice de ses fonctions.

Par ailleurs, nous considérons que l'OPC devrait estimer la valeur monétaire des économies annuelles réalisées par les consommateurs grâce à ses interventions. Les paramètres à suivre pour ce type d'évaluation sont précisés dans le *Guide pour aider les autorités de la concurrence à évaluer l'impact attendu de leurs activités* de l'OCDE[10]. L'application d'une telle méthodologie permettrait à l'Office d'adopter une approche standardisée pour mesurer les retombées économiques qui découlent de l'application de la *Loi sur la*

[10] ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES (OCDE), *Guide pour aider les autorités de la concurrence à évaluer l'impact attendu de leurs activités*, avril 2014.

protection du consommateur, comme le font déjà le Bureau de la concurrence du Canada et la *Competition and Markets Authority* du Royaume-Uni[11].

2.2. Instaurer une équipe de surveillance des marchés québécois

Le marché québécois est insuffisamment concurrentiel dans certains secteurs d'activités, tels que les banques, les télécommunications ou encore l'alimentation. Compte tenu que ces enjeux de concentration de l'industrie peuvent exacerber la hausse du coût de la vie pour les Québécois, nous sommes d'avis que le Québec doit se doter de leviers pour effectuer une meilleure surveillance des marchés.

Des études réalisées par Statistique Canada[12] et le Bureau de la concurrence[13] mettent en évidence un affaiblissement de l'intensité concurrentielle au Canada depuis les années 2000. Cette concentration dans les marchés touche directement les consommateurs, qui se trouvent à payer plus cher pour certains biens et services lorsque le nombre de joueurs dans un marché est limité. En ce sens, nous croyons que le Québec doit se positionner afin de mieux défendre les intérêts économiques des consommateurs en cas de concentration dans une industrie ou d'autres pratiques qui touchent le bon fonctionnement des marchés.

Pour ce faire, nous proposons **d'instaurer d'une équipe économique au sein du gouvernement, de pleine collaboration avec l'OPC et les autres ministères, dont le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, qui aurait comme mandat de surveiller et d'enquêter sur les enjeux de concentration des marchés et de hausse des prix**. Une telle équipe permettrait au Québec d'être à l'avant-garde en matière de protection des intérêts économiques des consommateurs québécois et de signaler rapidement des enjeux au Bureau de la concurrence du Canada.

---

[11] COMPETITION & MARKETS AUTHORITY (CMA), *CMA Impact Assessment 2024 to 2025*. Londres, 10 juillet 2025.

[12] BUREAU DE LA CONCURRENCE, *La concurrence au Canada de 2000 à 2020 : Une économie à la croisée des chemins*, Ottawa, 2023.

[13] STATISTIQUE CANADA, *Estimation des marges bénéficiaires à l'aide de données au niveau de l'entreprise : une analyse comparative*, Ottawa, 2025.

2.3. Favoriser l'accès à la justice pour les consommateurs

Au cours des dernières années, le gouvernement du Québec a consacré de nombreux efforts pour favoriser l'accès à la justice, notamment avec l'adoption de la *Loi visant à améliorer l'accès à la justice en bonifiant l'offre de services juridiques gratuits ou à coût modique*.

Cependant, la mise en œuvre de ces changements ne peut se réaliser pleinement sans un financement adéquat du système de justice. Il est primordial d'injecter des fonds afin d'assurer une meilleure rémunération du personnel judiciaire ainsi que des arbitres et des médiateurs. L'augmentation des ressources judiciaires est également nécessaire pour améliorer la célérité du traitement des dossiers. En effet, les délais d'attente devant la division des petites créances de la Cour du Québec, tribunal de prédilection des affaires de consommation, sont en hausse[14]. En 2025, ils avaient atteint une moyenne de plus de 24 mois[15]. Bien que le budget de la justice ait été augmenté au cours des dernières années, force est de constater qu'un manque à gagner persiste. En ce sens, nous croyons qu'il est important d'avoir une approche d'investissement sur le long terme et proposons **l'adoption d'un plan quinquennal permettant d'augmenter le budget en justice progressivement**.

À l'instar de plusieurs autres organisations, nous constatons que les données judicaires sont fragmentaires. **Des statistiques plus exhaustives permettraient de brosser un portrait complet de la situation du système de justice et ainsi d'allouer les fonds de manière optimale**.

3. Alléger le fardeau budgétaire des consommateurs

Pour aider les consommateurs à joindre les deux bouts, nous invitons le gouvernement à agir rapidement sur quatre axes : (1) le prix et la provenance des aliments; (2) le logement; (3) la bonification des programmes d'allocations pour les ménages plus vulnérables; et (4) le coût de l'énergie.

---

[14] https://www.lapresse.ca/affaires/chroniques/2025-06-15/grands-delais-aux-petites-creances-ca-acheve.php; https://www.acqc.ca/fr/actualite/delais-aux-petites-creances

[15] https://www.acqc.ca/fr/actualite/delais-aux-petites-creances

3.1. Lutter contre l'inflation alimentaire

Nous estimons que la loi devrait **encadrer la réduflation**, qui est une source importante de confusion pour les consommateurs en épicerie. Cette pratique consiste à réduire subtilement la quantité d'un produit tout en conservant le même prix, de manière à camoufler une augmentation de son coût. Ces tactiques commerciales doivent être mieux encadrées, **en obligeant les entreprises à indiquer que la quantité d'un produit a été réduite**. En France, par exemple, les épiceries doivent apposer une affiche à côté des produits préemballés ayant fait l'objet d'une réduflation pendant une période de deux mois[16].

Nous recommandons aussi d'encadrer une autre pratique visant à dissimuler l'augmentation des prix des aliments : la **déqualiflation**. Cette tactique consiste en une réduction de la qualité d'un produit afin d'éviter une augmentation de son prix[17]. Dans le contexte de l'alimentation au détail, cela se traduit généralement par un changement des recettes des produits en vente en épicerie. Des ingrédients plus dispendieux, comme le beurre de cacao, peuvent être remplacés par d'autres meilleur marché, comme l'huile de palme[18]. Nous proposons **d'encadrer la déqualiflation en exigeant des entreprises qu'elles informent clairement les consommateurs qu'un produit a subi une substitution d'ingrédients**[19].

3.2. Aider les consommateurs à acheter local

Avec les répercussions du conflit commercial avec les États-Unis qui se font sentir, de nombreux consommateurs souhaitent encourager les producteurs et les entreprises d'ici. Toutefois, il est très complexe pour ces consommateurs de savoir quel produit choisir.

Les normes d'étiquetage de la provenance des produits se montrent insuffisantes pour aider les consommateurs à y voir plus clair. Seuls certains

---

[16] *Arrêté du 16 avril 2024 relatif à l'information des consommateurs sur le prix des produits dont la quantité a diminué*, art. 1.

[17] Véronique PARENT, *Les conséquences de la pénurie de main-d'œuvre sur la protection des droits des consommateurs et la qualité du service à la clientèle*, Option consommateurs, 2025, p. 28.

[18] Sophia HARRIS, « Is that snack chocolate or 'chocolatey'? How skimpflation might be affecting your groceries », *CBC*, 9 novembre 2023.

[19] Voir Véronique PARENT, *Les conséquences de la pénurie de main-d'œuvre sur la protection des droits des consommateurs et la qualité du service à la clientèle*, Option consommateurs, 2025, p. 55.

produits alimentaires doivent obligatoirement comporter une mention de leur provenance[20]. L'ajout des mentions « fait au Canada » et « produit du Canada » sur un produit sont facultatives. Sans compter qu'un produit peut être « fait au Canada », mais contenir des composantes ou des ingrédients provenant d'ailleurs.

Alors que les gouvernements proposent plusieurs mesures pour soutenir les entreprises canadiennes et québécoises, nous estimons qu'il est grand de temps de revoir les normes d'étiquetage afin d**'exiger l'indication obligatoire de la provenance des biens de consommation et l'établissement de barèmes clairs et harmonisés pour en déterminer l'origine.** Les consommateurs devraient non seulement être informés de l'origine du bien, mais aussi de son lieu de transformation ainsi que de l'origine de l'entreprise qui le fabrique. Cette information devrait leur être présentée de manière lisible et facilement compréhensible.

3.3. Favoriser l'accès au logement et à la propriété

Les difficultés croissantes d'accès à un logement abordable doivent inciter les gouvernements à adopter des mesures d'aide vigoureuses. À notre avis, afin de maintenir un budget équilibré, un consommateur ne devrait pas avoir à payer plus de 30 % de son revenu brut pour un loyer[21]. Or, selon Vivre en ville, 71 % des personnes à faible revenu consacrent plus de 30 % de leurs revenus bruts au coût du logement[22]. À l'échelle provinciale, une proportion de 16 % des ménages québécois allouent 30 % ou plus de leur revenu à ce poste budgétaire, d'après les données de Statistique Canada[23].

Pour atténuer l'impact du coût du logement sur les consommateurs et diversifier l'offre de logements, nous recommandons au gouvernement du Québec de **mettre en œuvre une combinaison de mesures pour prioriser la construction de logements abordables, tels que les nouveaux logements sociaux et les nouvelles coopératives d'habitation de logements locatifs :**

---

[20] https://inspection.canada.ca/fr/etiquetage-aliment/etiquetage/consommateurs/etiquetage-du-pays-dorigine

[21] https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/240910/dq240910b-fra.htm

[22] VIVRE EN VILLE et FONDATION DU GRAND MONTRÉAL, *Signes vitaux du Grand Montréal : Iniquités territoriales*, 2024, p. 32.

[23] STATISTIQUE CANADA, *Pourcentage de ménages consacrant 30 % ou plus de leur revenu aux frais de logement selon le mode d'occupation, 2016 et 2021*. Le Quotidien, 21 septembre 2022, https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/220921/t004b-fra.htm.

- Nous recommandons au gouvernement de prioriser les logements sociaux, en favorisant la construction de projets portés par des coopératives d'habitation et des OBNL.

- Nous croyons également pertinent de mettre en place un registre provincial des loyers. Un tel registre permettrait de lutter contre la hausse des loyers, en donnant l'occasion au locataire de vérifier le loyer payé par les anciens locataires. Ceci serait particulièrement utile dans les situations où le propriétaire a omis d'inscrire ce renseignement au bail.

- Finalement, nous proposons au gouvernement de mettre sur pied une stratégie nationale en matière d'accès au logement et d'accès à la propriété incluant tous les acteurs de la société civile.

3.4. Renforcer le soutien aux ménages les plus vulnérables

Face à la hausse marquée du coût de la vie, les ménages à faible revenu se trouvent en grande difficulté pour subvenir à leurs besoins essentiels. La situation économique actuelle exige des mesures ciblées pour assurer une protection adéquate à ces personnes, qui peinent à joindre les deux bouts. C'est dans ce contexte que nous formulons les recommandations suivantes afin de renforcer le soutien aux ménages les plus démunis :

- Nous recommandons d'**élargir l'accès au Programme allocation-logement aux personnes de moins de 50 ans, en élevant le plafond des revenus annuels admissibles et en intégrant son calcul dans la déclaration de revenus pour qu'elle soit versée automatiquement**. Cette bonification permettrait de mieux répondre aux besoins croissants liés à la flambée des coûts du logement.

- Il nous apparaît également important que le gouvernement déploie une aide spécifique pour les personnes vivant seules. Nous proposons de **hausser le revenu maximal admissible pour le crédit d'impôt pour la solidarité pour les personnes vivant seules et les familles monoparentales**, puisqu'elles ne peuvent partager les coûts de logement ou d'épicerie pour faire des économies.

Option consommateur rappelle que la pauvreté a un coût social qui doit être assumé par la société québécoise. Bien que le portait ait évolué depuis, les derniers estimés du gouvernement du Québec chiffraient en 2011 le coût de

la pauvreté entre 15,7 et 17 milliards de dollars chaque année (environ 25 M$ ajusté à 2026)[24].

3.5. Atténuer l'impact de la hausse du coût de l'énergie

Afin de limiter l'impact financier des hausses du prix de l'électricité sur les ménages québécois, la *Loi assurant la gouvernance responsable des ressources énergétiques et modifiant diverses dispositions législatives* a instauré un plafonnement des tarifs d'électricité pour la clientèle domestique, ainsi qu'un programme d'aide financière aux ménages, le Fonds d'aide à la clientèle domestique d'Hydro-Québec[25]. Bien que nous appuyions l'intention du gouvernement d'aider les consommateurs à faire face aux futures hausses des tarifs d'électricité qui découlent des cibles ambitieuses d'électrification de l'économie québécoise[26], nous estimons que ce mécanisme devrait être directement administré par le gouvernement et qu'il gagnerait à épouser une approche plus progressive et ciblée.

À cette fin, nous recommandons d'**ajouter une composante « énergie » au crédit d'impôt pour solidarité, spécifiquement destinée au secteur résidentiel.** Cette approche permettrait d'optimiser un programme déjà existant, plutôt que d'en créer un nouveau, et d'utiliser les renseignements fiscaux déjà disponibles pour offrir une aide financière directe et progressive.

Les critères d'admissibilité de ce volet énergie suivraient ceux du crédit d'impôt pour la solidarité, assurant ainsi une couverture adéquate des ménages les plus vulnérables. Un crédit équivalant au plafonnement en vigueur, correspondant à une réduction de 1 % de la hausse de la facture d'électricité, profiterait à près de 2 430 000 ménages, soit 3 193 300 personnes. D'après nos estimations, cette mesure représenterait un coût annuel moyen de 44 M$, pour un coût total de 132 millions de dollars sur la période 2025-2028[27].

---

[24] A. BARAYANDEMA et G. FRÉCHET, *Les coûts de la pauvreté au Québec selon le modèle de Nathan Laurie*. Centre d'étude sur la pauvreté et l'exclusion (CEPE), Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Gouvernement du Québec, 2011.

[25] *Loi assurant la gouvernance responsable des ressources énergétiques et modifiant diverses dispositions législatives*, LQ 2025, c 24.

[26] HYDRO-QUÉBEC, *Plan d'action 2035 – Vers un Québec décarboné et prospère*, Québec, novembre 2023.

[27] OBSERVATOIRE QUÉBÉCOIS DES INÉGALITÉS, *Analyse de l'effet redistributif d'un crédit d'impôt remboursable visant à protéger les populations moins nanties face à un hausse de tarifs d'électricité*, 10 décembre 2025.

En comparaison, le plafonnement des tarifs domestiques exercera une pression de 203 millions de dollars sur les revenus d'Hydro-Québec pour la même période. Notre proposition permettrait d'éviter que cette somme soit compensée par des hausses tarifaires importantes sur les autres consommateurs, en plus d'épargner à la société d'État la mise en place d'un programme administratif complexe à exécuter.

4. Adapter la *Loi sur la protection du consommateur* aux enjeux numériques et aux nouvelles pratiques commerciales

Le droit de la consommation nécessite une modernisation face au développement de nouveaux modèles d'affaires numériques et à l'émergence de nouvelles pratiques commerciales. Nous identifions ici quelques pistes de réforme qui nous apparaissent prioritaires.

4.1. Grandes plateformes en ligne

Le Québec doit encadrer avec plus de vigueur les grandes plateformes en ligne qui font le lien entre des consommateurs et des fournisseurs tiers, telles que les géants de l'économie à la tâche. Au regard des difficultés que rencontrent les consommateurs qui transigent sur ces plateformes, nous invitons le gouvernement à s'assurer que ces multinationales respectent intégralement la *Loi sur la protection du consommateur* et qu'elles ne puissent exclure leur responsabilité dans les transactions qui se concluent par leur entremise. Pour ce faire, nous proposons de préciser dans la loi qu'un intermédiaire en ligne est solidairement responsable de l'exécution conforme des transactions que le consommateur conclut avec le prestataire de service final.

4.2. Interfaces truquées

Les techniques de marketing numérique connues sous le nom « d'interfaces truquées » ont gagné en ampleur les dernières années[28]. Les interfaces truquées sont des mécanismes de conception qui cherchent à influencer les consommateurs à faire des choix de consommation qui ne sont pas dans leur meilleur intérêt. Pensons, par exemple, à des comptes à rebours indiquant faussement la fin d'une promotion alléchante, alors qu'il est plutôt réinitialisé lorsqu'il arrive à zéro.

Pour mieux protéger les consommateurs contre ces tactiques déloyales, le Québec pourrait s'inspirer d'autres juridictions et interdire les interfaces truquées. En Europe, le *Règlement sur les services numériques* interdit ainsi les interfaces en ligne conçues, organisées ou exploitées « de façon à tromper ou à manipuler les destinataires de leur service ou de toute autre façon propre à altérer ou à entraver substantiellement la capacité des destinataires de leur service à prendre des décisions libres et éclairées[29] ».

4.3. Intelligence artificielle dans la publicité

De plus en plus, les commerçants utilisent l'intelligence artificielle (IA) afin de générer des images ou des vidéos pour promouvoir leurs produits[30]. Bien qu'il ne soit pas contraire à la loi d'utiliser l'IA pour chercher à embellir ou représenter un produit sous son meilleur jour, nous estimons que la publicité présentée aux consommateurs doit demeurer transparente et véridique.

Les pratiques commerciales opaques ou trompeuses induisent les consommateurs en erreur, ce qui les empêche de faire des choix de consommation libres et éclairés. En conséquence, les entreprises devraient avoir à indiquer lorsqu'elles ont recours à l'intelligence artificielle pour

---

[28] Un récent rapport de l'International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN) ayant recensé les sites et applications mobiles de centaines de commerçants indiquait que les trois quarts d'entre eux comportaient ce type d'interface. Voir INTERNATIONAL CONSUMER PROTECTION AND ENFORCEMENT NETWORK, *ICPEN Sweep finds majority of websites and mobile apps use dark patterns in the marketing of subscription services*, 9 juillet 2024, https://icpen.org/news/1360

[29] *Règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE* (Règlement sur les services numériques), art. 25(1.).

[30] AGENCE FRANCE-PRESSE, « La pub mise sur l'IA pour vendre du rêve sur mesure », *Radio-Canada*, 28 mai 2023; Dominic D. MATTHEWS, « Ne vous faites pas avoir, ceci n'est pas une vraie poutine », *Radio-Canada*, 18 janvier 2024.

générer ou retoucher leur contenu publicitaire. Elles devraient également s'assurer que le contenu généré par l'IA représente adéquatement les produits ou les services qu'elles offrent aux consommateurs.

4.4. Marketing d'influence

Sur les diverses plateformes en ligne, des influenceurs font la promotion de produits et de services à leur auditoire, par exemple en les déballant et en les essayant devant la caméra ou en vantant leurs bienfaits. Sachant que le contenu publicitaire peut influencer et modifier les préférences des enfants[31] et que le contenu publicitaire en ligne peut être difficile à déceler, nous proposons d'obliger la divulgation du caractère publicitaire de contenu en ligne. Cette recommandation suit d'ailleurs celle du rapport de la Commission spéciale sur les impacts des écrans et des réseaux sociaux sur la santé et le développement des jeunes, qui proposait « [d']améliorer les obligations en matière de divulgation de contenu publicitaire en ligne, par exemple dans le cadre du marketing d'influence[32] ».

4.5. Formules « Achetez maintenant, payez plus tard »

Les formules de financement « Achetez maintenant, payez plus tard » sont de plus en plus présentes au Québec. Ces formules, qui permettent d'étaler les paiements d'achats effectués en ligne, opèrent actuellement dans un flou juridique qui entraîne des risques pour les consommateurs.

Afin de mieux protéger les consommateurs face à ces nouveaux modèles d'affaires, nous proposons que l'encadrement des entreprises qui offrent des formules « Achetez maintenant, payez plus tard » soit revu dans la *Loi sur la protection du consommateur*, notamment pour s'assurer que les entreprises qui offrent ce type de crédit aient l'obligation d'obtenir un permis, qu'elles aient à respecter les obligations relatives aux contrats de crédit et qu'elles soient assujetties à des obligations de rétrofacturation.

---

[31] https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6901676/

[32] COMMISSION SPÉCIALE SUR LES IMPACTS DES ÉCRANS ET DES RÉSEAUX SOCIAUX SUR LA SANTÉ ET LE DÉVELOPPEMENT DES JEUNES, *Rapport*, mai 2025, p 96-97, 127.

4.6. Secteur automobile

Depuis quelques années, Option consommateurs fait face à une recrudescence d'appels de consommateurs en matière automobile, dont l'achat ou la location peuvent être une source d'endettement considérable. Afin de combler des lacunes dans la *Loi sur la protection du consommateur*, nous recommandons de :

- Mettre en vigueur les nouvelles dispositions visant notamment à mieux encadrer la location à long terme et les paiements « ballon » introduites en 2024 par le projet de loi n˚ 72;

- S'assurer que tous les commerçants offrant du crédit aux consommateurs aient l'obligation d'obtenir un permis, incluant la vente à tempérament.