

Les obstacles à la prise de connaissance et à la compréhension par le consommateur du contrat de consommation

Sommaire exécutif
Juin 2008

Lorsque les commerçants font la promotion d'un produit et/ou d'un service, ils n'insistent généralement que sur les éléments susceptibles d'amener le client potentiel à conclure un contrat avec eux, négligeant par conséquent de porter adéquatement à la connaissance du consommateur l'intégralité des modalités auxquelles ce dernier sera assujéti en acceptant d'être lié par le contrat.

Conscients du fait que les commerçants sont peu disposés à attirer l'attention des consommateurs sur certaines clauses de leurs contrats d'adhésion, différents législateurs au Canada ont adopté des dispositions qui visent à favoriser la connaissance par le consommateur des modalités contractuelles auxquelles il sera assujéti. Cependant, malgré l'existence de ces dispositions, nombre de consommateurs n'apprennent souvent que lorsqu'ils tentent de faire valoir leurs droits qu'ils ont consenti, par exemple, à des clauses d'exclusion de responsabilité, de modification et de résiliation unilatérale, d'arbitrage obligatoire ou à des clauses leur interdisant d'intenter des recours collectifs ou d'y participer.

Il appert en effet qu'un nombre important de consommateurs sont assujéti sans le savoir à des modalités contractuelles qui limitent leurs droits et qui sont peu respectueuses de leurs intérêts et il peut s'avérer pour le moins laborieux pour les consommateurs de saisir les tribunaux pour qu'ils déclarent que de telles modalités sont inopposables. Si les consommateurs démontrent si souvent une grande méconnaissance des clauses contractuelles qui les lient, c'est qu'une foule d'obstacles se posent à la prise de connaissance et à la compréhension par le consommateur du contrat de consommation (par exemple : modalités accessibles uniquement par le biais d'hyperliens, modalités qui ne sont pas transmises aux consommateurs ou qui ne lui sont transmises qu'après la conclusion du contrat, utilisation d'un langage juridique complexe, de formats de caractère qui rendent la lecture difficile, contrats très longs, clauses qui permettent au commerçant de modifier unilatéralement les termes du contrat après sa conclusion, etc.). Ces obstacles sont de plus susceptibles de varier selon l'environnement (en ligne, par téléphone, en magasin) dans lequel la conclusion du contrat s'est déroulée.

La recherche identifie les obstacles à la prise de connaissance et à la compréhension par le consommateur du contrat de consommation, en tenant compte de trois environnements par le biais desquels le consommateur est susceptible de conclure un tel contrat (par Internet, par téléphone, en magasin).

a) Achats en ligne

Les obstacles auxquels pourrait être confronté le consommateur dans sa prise de connaissance ou sa compréhension de ce à quoi il s'engage par le biais du contrat lors du processus d'achat en ligne sont multiples. Le nombre et la longueur des documents qui contiennent les modalités applicables seront fortement susceptibles de décourager le consommateur de prendre connaissance de l'intégralité des clauses élaborées par le commerçant. La répartition des modalités au sein de nombreux documents pourra aussi contribuer à faire conclure au consommateur, de façon erronée, qu'il a lu toutes les modalités, alors qu'en fait certains documents pourraient avoir échappé à son attention.

Les obstacles à la prise de connaissance et à la compréhension par le consommateur du contrat de consommation

Le consommateur pourrait fort bien ne pas remarquer l'existence de certains documents, en raison notamment de l'endroit où ils se situent dans le site. Dans certains cas, par le biais d'une page qui fait partie intégrante du processus d'achat, l'entreprise attirera l'attention du consommateur sur l'existence de certains documents en lui indiquant que, s'il continue la transaction, il sera assujéti aux modalités qui s'y trouvent. L'hyperlien qui permettrait un accès direct à ces documents n'accompagne toutefois pas toujours la mention. Quelques entreprises ont intégré des modalités à même les pages sur lesquelles le consommateur devra absolument naviguer pour compléter la transaction. Ces modalités ne correspondent toutefois qu'à une fraction des clauses dont devrait absolument prendre connaissance le consommateur.

Les tailles et la couleur des caractères utilisés pour les hyperliens situés en bas de pages des sites ainsi que pour plusieurs des modalités ne favorisent pas non plus leur prise de connaissance. Le nom donné à certains hyperliens ainsi que certaines descriptions qui les accompagnent sont aussi fortement susceptibles de nuire à l'appréciation par le consommateur de la nature des documents auxquels ils donnent accès et de l'importance d'en prendre connaissance avant de continuer le processus d'achat.

Certaines clauses (clauses qui créent une présomption d'acceptation des modalités, clauses de modification unilatérale, clauses qui font référence à certains documents) soulignent en elles-mêmes certains obstacles à la connaissance par le consommateur des modalités qui sont susceptibles d'être invoquées par le commerçant.

S'ajoutent à ces obstacles : la longueur des phrases, de l'utilisation de termes techniques et de juridismes et de l'emploi d'un langage qui rend difficile l'appréciation de la portée des droits que s'est octroyé le commerçant.

b) Transactions par téléphone et en magasin

Lorsqu'un consommateur effectue une transaction par téléphone ou en magasin, sa connaissance des modalités applicables sera grandement tributaire de l'information qui lui sera fournie par le vendeur, qui peut être déficiente et, dans certains cas, erronée. La grande majorité des vendeurs réduirait en effet à leur plus simple expression les modalités applicables à la transaction, ne fournissant bien souvent, de leur propre initiative, que les seules informations relatives aux sommes que devrait verser le consommateur en contrepartie de l'achat du produit ou de l'utilisation du service.

Lors du processus d'achat en magasin, certaines modalités sont intégrées à des documents papier. Toutefois, ces documents sont parfois affichés à un endroit qui ne favorise pas leur prise de connaissance et sont construits de telle manière que certaines modalités qui s'y trouvent risquent fortement de ne pas être lues par le consommateur. Certains documents, qui contiennent pourtant des modalités très importantes, sont remis au consommateur alors qu'il a déjà consenti à l'offre du vendeur et qu'il lui a déjà transmis de nombreux renseignements personnels.

L'examen du contenu de contrats de consommation souligne l'importance pour le consommateur de prendre connaissance des modalités auxquelles il pourrait être assujéti et de les comprendre. Certaines des clauses que l'on retrouve couramment dans des contrats de consommation vont, en fait, directement à l'encontre de droits prévus aux lois qui sont destinées à protéger les consommateurs contre certaines pratiques répréhensibles des commerçants et qui ne peuvent, même de consentement, être écartés par les parties au contrat de consommation ou faire l'objet de renonciation

Les obstacles à la prise de connaissance et à la compréhension par le consommateur du contrat de consommation

La recherche se penche aussi sur les obstacles que peuvent constituer les contrats à la connaissance par le consommateur des droits qui sont les siens dans le cadre des contrats de consommation.

Bien que certains législateurs provinciaux aient adopté des dispositions législatives qui visent spécifiquement à favoriser la prise de connaissance et la compréhension par le consommateur du contrat de consommation (régime de protection applicable au contrat à distance, interprétation en faveur du consommateur, dispositions relatives aux clauses externes, incompréhensibles ou illisibles), force est de constater que ces dispositions s'avèrent insuffisantes à protéger les consommateurs contre les différents obstacles identifiés par la recherche. Puisque certains contrats de consommation contiennent des clauses qui visent à écarter certains droits qui ont été conférés au consommateur en vue notamment de le protéger contre certaines pratiques répréhensibles des commerçants, le consommateur qui prendra connaissance et comprendra la portée de ce type de clauses sera fortement susceptible d'être induit en erreur sur les droits dont il dispose réellement et de renoncer à contester les pratiques des commerçants fondées sur ces clauses. Ainsi, même en présence d'une législation qui garantirait que le consommateur lira et comprendra les modalités applicables avant d'y consentir, le consommateur sera malgré tout confronté à un obstacle de taille qui nuira de façon significative à sa connaissance des droits et des obligations que sont véritablement tenues de respecter les parties : le contenu du contrat de consommation.

Suite à ces constats, le rapport formule aux gouvernements provinciaux et aux organismes chargés de l'application des lois visant la protection des consommateurs des recommandations sur les moyens d'information et sur les mesures législatives les plus aptes à favoriser une prise de connaissance et une compréhension adéquates du contrat de consommation par le consommateur ainsi que de contraindre les entreprises à indiquer clairement au consommateur les droits qui lui reviennent en vertu des lois élaborées pour sa protection et les limites qu'elles entendent y imposer.

Attendu que les consommateurs canadiens pourraient, selon leur lieu de résidence, ne pas bénéficier des mêmes droits et protections en matière de prise de connaissance et de compréhension du contrat de consommation, L'Union des consommateurs recommande aussi que les gouvernements provinciaux se concertent en vue d'harmoniser les lois qui visent à favoriser la prise de connaissance et la compréhension par le consommateur du contrat de consommation.

Attendu que certaines des clauses que l'on retrouve couramment dans des contrats de consommation vont directement à l'encontre de droits prévus aux lois qui sont destinées à protéger les consommateurs qui, ainsi désinformés sur les droits dont ils disposent réellement, seront fortement susceptibles de croire qu'ils sont liés par ces clauses et, par conséquent, de ne pas contester les pratiques du commerçant fondées sur ces clauses;

Attendu que ce type de clause porte atteinte à l'intérêt collectif des consommateurs;

Attendu que les associations de consommateurs sont généralement, de par leur expertise et de par leur travail terrain, plus susceptibles que la majorité des consommateurs de détecter dans les contrats de consommation les clauses qui pourraient contredire les obligations auxquelles sont liés les commerçants et tenter de limiter les droits reconnus par la loi aux consommateurs;

**Les obstacles à la prise de connaissance et à la compréhension
par le consommateur du contrat de consommation**

L'Union des consommateurs recommande de plus que les gouvernements provinciaux légifèrent afin que les associations de consommateurs se voient reconnaître le droit d'agir dans l'intérêt collectif des consommateurs en vue notamment de faire supprimer des contrats de consommation les clauses qui contreviennent aux droits des consommateurs;

Le présent document résume le rapport de recherche publié en juin 2008
par l'Union des consommateurs
et intitulé

**LES OBSTACLES
à la prise de connaissance et à la compréhension
par le consommateur du contrat de consommation**

ISBN 978-2-923405-22-3

Le rapport complet est disponible sur le site web de l'Union des consommateurs
www.consommateur.qc.ca/union

L'Union des consommateurs remercie Industrie Canada pour l'aide financière accordée à ce projet de recherche. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du Gouvernement du Canada.

Pour information : Union@consommateur.qc.ca
514 521-6820 ou 1-888-521-6820

This document is also available in English