

**Avis de consultation de télécom CRTC 2016-293 :  
EXAMEN DU CODE SUR LES SERVICES SANS FIL**

Observations initiales d'Union des consommateurs



3 octobre 2016



7000, avenue du Parc, bureau 201  
Montréal (Québec) H3N1N1

Téléphone : 514 521-6820  
Sans frais : 1 888 521-6820  
Télécopieur : 514 521-0736

[info@uniondesconsommateurs.ca](mailto:info@uniondesconsommateurs.ca)  
[www.uniondesconsommateurs.ca](http://www.uniondesconsommateurs.ca)

**Membres d'Union des consommateurs**

ACEF Appalaches – Beauce – Etchemins  
ACEF de l'Est de Montréal  
ACEF de l'Île Jésus  
ACEF du Grand-Portage  
ACEF du Sud-Ouest de Montréal  
ACEF du Nord de Montréal  
ACEF Estrie  
ACEF Lanaudière  
ACEF Montérégie-est  
ACEF Rive-Sud de Québec  
Centre d'éducation financière EBO  
ACQC  
ainsi que des consommateurs individuels

## **Union des consommateurs, la force d'un réseau**

---

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe 12 groupes de défense des droits des consommateurs. La mission d'UC est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Les interventions d'UC s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure d'UC lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face; ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

Union des consommateurs agit principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques ou réglementaires, sur la place publique ou encore par des recours collectifs. Parmi ses dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'inforoute, la santé, les produits et services financiers ainsi que les politiques sociales et fiscales.

## **Table des matières**

---

<b>INTRODUCTION ET SOMMAIRE DES POSITIONS</b>	<b>4</b>
<b>EFFICACITÉ ET CONTENU DU CODE</b>	<b>7</b>
<b>Quelques bénéfices et plusieurs préoccupations</b>	<b>7</b>
A. Clarté	8
<b>Principales modalités du contrat :</b>	<b>12</b>
2. Contrats de services prépayés	14
C. Résumé des renseignements essentiels	16
E. Gestion de la facture	19
F. Questions relatives aux appareils mobiles	22
G. Résiliation et prolongation du contrat	25
H. Dépôt de garantie	29
<b>SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS AU CODE SUR LES SERVICES SANS FIL</b>	<b>29</b>
<b>FUTURES MÉTHODES D'ÉVALUATION DU CODE</b>	<b>30</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>31</b>

## Introduction et sommaire des positions

---

1. Dans un monde de plus en plus connecté, les services sans fil mobile sont d'une importance capitale pour les consommateurs. La popularité croissante des téléphones cellulaires, et plus particulièrement, les téléphones intelligents, en sont des signes éloquentes, tout comme la popularité croissante des données mobiles.
2. Les spécialistes en protection du consommateur auront aussi remarqué la popularité croissante de ces services d'une toute autre manière : l'explosion des plaintes et des litiges liés à ces services de télécommunication. En effet, pendant plusieurs années, la téléphonie cellulaire a fait l'objet d'une proportion importante des plaintes des consommateurs, tant chez les différentes autorités provinciales de protection du consommateur, qu'au Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST). *Bill shock*, contrats flous, mésententes avec leur fournisseur, frais de résiliation exorbitants, les motifs de grogne étaient multiples et répandus.
3. Est-ce chose du passé? Peut-être... Nous croyons que le marché canadien est dans une période de transition qui pourrait être avantageuse pour les consommateurs. Un courant de réglementation s'est en effet attaqué de front à l'industrie, auquel a participé le CRTC, avec un ensemble de nouvelles règles visant à clarifier les contrats proposés aux consommateurs et à assainir les pratiques du marché. Le Code sur les services sans fil (Code) semble avoir eu des effets favorables non négligeables pour les consommateurs, en étendant d'un océan à l'autre, d'une part, certaines protections qui n'étaient offertes que par certaines provinces et en adoptant aussi de nouvelles mesures qui devaient notamment réduire les barrières à la mobilité, les factures surprises et autres sources de frustration des clients.
4. Union des consommateurs (UC) s'est beaucoup intéressée au Code depuis son entrée en vigueur. En général, il nous semble que le Code a apporté des bénéfices aux consommateurs. Il a notamment permis de protéger un plus grand nombre de consommateurs à travers le Canada en matière contractuelle. Il permet de nouvelles voies de recours plus faciles et instinctives que les tribunaux traditionnels et il a permis l'assainissement de certaines pratiques du marché. En outre, le Code renforce et bonifie le rôle du CPRST, qui exerce d'ailleurs son mandat de façon fort consciencieuse et permet de rééquilibrer le droit des parties, dans la mesure bien sûr où les consommateurs connaissent leurs recours auprès du Commissaire.
5. Bien que nous n'ayons pas fait une comparaison détaillée avant et après des contrats de services utilisés par les fournisseurs, nous pouvons tout de même noter plusieurs avantages pour les consommateurs depuis l'entrée en vigueur du Code. Il nous semble que les plafonds de données mobiles ici et en itinérance ont réduit la prévalence des problèmes de *bill shock* les plus spectaculaires. Tous les fournisseurs offrent désormais le déverrouillage des appareils. Le résumé des renseignements essentiels permet de centraliser dans ses premières pages plusieurs des éléments phares du contrat. Il a notamment permis de clarifier la question de l'amortissement de l'appareil fourni dans le cadre du contrat, le cas échéant. Bien que cette mesure fasse l'objet de controverses, la

réduction de la durée des contrats réduit les barrières à la mobilité et permet aux consommateurs de prendre conscience de la valeur des appareils financés, les incitant, subsidiairement, à faire des choix responsables. La période d'essai est très prometteuse, bien que, hélas, elle reste méconnue des consommateurs. Sur le terrain, il semble que les plaintes au sujet des services sans fil sont en légère diminution, comme le constate le CPRST depuis quelques années.

6. Bien que plusieurs mesures nous semblent prometteuses, leur libellé suscitait une inquiétude et nous faisait douter de leur réelle efficacité. Nous avons eu la chance de faire deux recherches détaillées, financées par le Bureau de la consommation d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada, qui nous ont permis de mettre en lumière certains problèmes, qui, à notre avis, empêchent le Code d'atteindre une efficacité optimale. Nous profiterons de la présente consultation pour présenter les faits saillants de ces recherches et pour faire des recommandations en fonction des questions posées au présent avis de consultation<sup>1</sup>.
7. Les problèmes de conformité sont très nombreux, comme les rapports du CPRST semblent le démontrer. Heureusement, ceux qui connaissent cette voie de règlement de différend et qui y font appel sont traités efficacement par le CPRST. Nos recherches terrain nous ont aussi permis de relever ce qui nous semble être des problèmes de conformité, des problèmes liés à la formulation du Code (qui donne souvent aux fournisseurs une flexibilité qu'ils n'utilisent que rarement à l'avantage des consommateurs), et/ou des problèmes liés à des pratiques du marché qui étaient méconnues ou inexistantes au moment de l'élaboration du Code.
8. Nous avons, plus particulièrement, remarqué plusieurs problèmes concernant la clarté et la forme du contrat, qui n'est pas systématiquement remis au consommateur avec tous ses documents connexes lors de sa conclusion.
9. Nous avons aussi remarqué que les documents connexes sont peu clairs, ils peuvent bien souvent contenir des renseignements sur des services qui ne concernent pas celui que contracte le consommateur, semant ainsi une certaine confusion. Le problème est particulièrement grand pour les consommateurs de services prépayés, qui ne disposent parfois d'aucun autre document contractuel.
10. Le contrat réfère régulièrement à des documents qui sont rendus accessible par voie d'hyperliens, mais qui peuvent faire l'objet de changements sans avertissement au client, au sujet notamment de frais importants qui peuvent lui être facturés, ce qui constitue, à notre avis, une infraction au Code.
11. En parallèle, nous avons remarqué que le Conseil a omis d'inclure clairement au Code des obligations d'information relatives aux frais de dépassement des limites d'usage;

---

<sup>1</sup> Nous joignons en annexe les rapports de ces deux recherches :  
Union des consommateurs, *Le Code sur les services sans fil : à qui la victoire?* Rapport final du projet présenté au Bureau de la consommation d'Industrie Canada, Montréal, Québec, 2015, 137 pages.  
Union des consommateurs. *Services sans fil prépayés: à l'abri des factures-surprises?* Rapport final du projet présenté au Bureau de la consommation d'Industrie Canada, Montréal, Québec, 2015, 87 pages.

certaines fournisseurs auront tout de même choisi d'inclure dans le résumé des renseignements essentiels (ou au contrat) l'information sur ce sujet. Un indice, à notre avis, sur son importance.

12. Certaines limites imposées par les fournisseurs à leurs services illimités nous semblent inquiétantes; peut-on vraiment parler d'un service illimité si, après le dépassement d'une limite d'usage précise, l'accès devient à toutes fins pratiques, inutilisable?
13. Le résumé des renseignements essentiels n'est pas adéquatement implanté par plusieurs fournisseurs, qui ne respectent pas les obligations de concision, de clarté, d'exhaustivité, et de lisibilité.
14. La suspension des frais de données supplémentaires n'est pas toujours adéquatement appliquée. Le consentement explicite du consommateur avant à la facturation de frais excédentaires n'est pas toujours récolté. Nous avons vu un cas où le consentement aux frais de dépassement était inclus par défaut au contrat, mentionné dans une clause enfouies parmi plusieurs autres. Cette façon de faire contrevient clairement à l'esprit du Code, voire à sa lettre même. Les forfaits de données partagées posent problème puisque le client payeur (ou le titulaire du compte) n'est pas celui qui est systématiquement prévenu lors de l'atteinte de la limite mensuelle. Le consentement au dépassement et à la facturation supplémentaire pourra ainsi être donné par un tiers utilisateur qui aura reçu l'avis au moment de l'atteinte de la limite.
15. Nous avons remarqué plusieurs problèmes au sujet du déverrouillage. Les frais exigés par les fournisseurs à celui qui voudrait se prévaloir de ce droit sont exorbitants et disproportionnés par rapport aux coûts de la fourniture de ce service. Le montant de ces frais a pour effet d'enlever toute utilité à cette obligation d'offrir le déverrouillage afin d'abaisser des barrières à la concurrence. Les fournisseurs usent en outre de pratiques discriminatoires quant au déverrouillage ou aux frais : des frais particulièrement excessifs (jusqu'à 150\$) peuvent être réclamés aux consommateurs à qui le fournisseur aura exigé un dépôt ou imposé une limite de dépense. Des fournisseurs refusent d'offrir le déverrouillage à leurs clients «dont le compte ne (serait) pas en règle», ou aux consommateurs qui n'ont pas de relation contractuelle en cours (sous prétexte qu'ils ne sont donc plus clients). Ici encore, les fournisseurs imposent des barrières au changement de fournisseur en utilisant le verrouillage de l'appareil, alors que le Conseil visait justement faire tomber ces barrières. Les contrats des fournisseurs prévoient de plus que la garantie de l'appareil prendra fin si le client va voir ailleurs pour faire déverrouiller son appareil. Il s'agit là à notre avis d'une pratique anti concurrentielle.
16. Les explications relatives aux frais de résiliation peuvent être trompeuses puisqu'elles affichent fièrement ou qu'elles insinuent que des rabais sont consentis sur l'appareil, alors que le fournisseur, ne réduit pas le prix de l'appareil mais permet simplement un paiement échelonné de l'appareil, en versements mensuels.
17. Les fournisseurs imposent en général des limites particulièrement restrictives aux consommateurs pour se prévaloir qui se prévalent de la période d'essai. Cette possibilité de faire un essai avant de s'engager est par ailleurs très peu publicisée et peut être

pénible à faire appliquer. De plus, il appert régulièrement que la période d'essai ne sera pas à coût nul pour le consommateur.

18. Les clients de services prépayés semblent particulièrement désavantagés. Le Code ne tient pas clairement compte des services prépayés qui ne sont pas achetés au moyen d'une carte. La transmission des documents contractuels est chaotique : les renseignements sont éparpillés à l'intérieur de différents documents, notamment dans les modalités de services (qui peuvent inclure aussi des dispositions qui ne s'appliquent qu'aux services prépayés), sur les cartes (le cas échéant), ou ils sont transmis avec l'emballage de la carte SIM. Outre ce problème d'accès aux renseignements, on observe que les clients du prépayé semblent aussi particulièrement désavantagé quant à la qualité de l'information qui leur est transmise. Ils mériteraient, à tout le moins, qu'on leur transmette un résumé des renseignements essentiels et un contrat.
19. Nous présenterons dans les prochaines pages, les problèmes de manière un peu plus détaillée, et des pistes de solution en vue de les régler. Par moment il s'agira de propositions visant à clarifier le Code. Pour d'autres situations, il appert qu'il pourrait s'agir simplement pour le Conseil de veiller à une application adéquate du Code.
20. De plus, nous insistons sur le fait qu'il ne devrait pas revenir au Conseil, d'après nous, de faire des efforts particuliers pour publiciser le Code. Il devrait plutôt concentrer ses efforts en vue d'accroître la visibilité du CPRST, qui protège adéquatement les consommateurs en appliquant le Code et la clause interprétative à l'avantage de consommateurs.
21. Finalement, le Conseil devrait à notre avis être vigilant et actif en vue d'assurer la conformité du Code. Des enquêtes terrains et des sanctions pécuniaires sont selon nous à envisager sérieusement. Il est à notre avis impossible d'apprécier toute la valeur du Code tant qu'il ne sera pas adéquatement appliqué par tous les joueurs de l'industrie.

## **Efficacité et contenu du Code**

---

### **Quelques bénéfiques et plusieurs préoccupations**

22. Bien que nous n'ayons pas procédé à une comparaison détaillée des contrats de services avant et après l'entrée en vigueur du Code, nous pouvons tout de même noter plusieurs avantages dont profitent maintenant consommateurs sur le marché. Les plafonds imposés pour les données mobiles et en itinérance ont réduit la prévalence des problèmes de *bill shock* les plus spectaculaires. Tous les fournisseurs offrent désormais le déverrouillage des appareils. Le résumé des renseignements essentiels permet de centraliser plusieurs éléments phares du contrat dans ses premières pages. Il a permis de clarifier la question de l'amortissement de l'appareil fourni dans le cadre du contrat, le cas échéant. Bien que cette mesure fasse l'objet de controverses, la réduction de la durée des contrats réduit les barrières à la mobilité et permet aux consommateurs de prendre une conscience plus nette de la valeur des appareils financés, ce qui leur permet et les incite, subsidiairement, à faire des choix éclairés. La période d'essai est

très prometteuse, bien que, hélas, méconnue des consommateurs. Sur le terrain, il semble que les plaintes au sujet des services sans fil sont en légère diminution, comme le constate le CPRST depuis quelques années.

23. Bien que plusieurs mesures nous semblent prometteuses, leur libellé suscitait, au départ, une inquiétude et nous faisait douter de leur efficacité. Nous avons eu la chance de faire deux recherches détaillées financées par le Bureau de la consommation d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada qui nous ont permis de mettre en lumière certains problèmes, qui, à notre avis, empêchent le Code d'atteindre une efficacité optimale. Nous profiterons de la présente consultation pour présenter les faits saillants de ces recherches et faire des recommandations en fonction des questions posées au présent avis de consultation.
24. Par souci de clarté, nous procéderons à l'analyse du Code, article par article, en expliquant tout d'abord les entraves que nous aurons constatées sur le terrain à l'efficacité des dites dispositions, et en suggérant par la suite un libellé qui pourrait selon nous permettre de régler les problèmes qui ont été constatés. Nos propositions d'ajouts ou de modifications seront en caractère gras.

## A. Clarté

25. Il peut être complexe de déterminer à quel point un renseignement doit être clairement présenté pour être compris par les consommateurs. Les données qui ressortent des enquêtes du Conseil, dans le cadre desquelles on demandait aux consommateurs d'auto évaluer leur degré de compréhension des contrats, présentent des résultats contre-intuitifs. On y indique par exemple que les consommateurs avec des études post-secondaires estimaient moins bien comprendre leur contrat que ceux qui ont un diplôme de grade inférieur<sup>2</sup>.
26. Cette donnée, mise en parallèle avec les résultats d'autres études<sup>3</sup> nous amène à recommander au Conseil, plutôt que de se fier à des autoévaluations pour mesurer le degré de compréhensibilité des contrats, de mener des groupes de discussion avec les

---

<sup>2</sup> Recherche sur l'opinion publique concernant le Code sur les services sans fil. Voir tableau 4.1.1.b, 31 % de répondants ayant des études inférieures au niveau universitaire ont trouvé leur contrat très clair et facile à comprendre, par rapport à seulement 16 % au niveau universitaire <http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/crtc/2016/034-15-f/rapport.pdf> et «Également, les titulaires d'un diplôme d'études collégiales ou universitaires (64 % et 63 % respectivement) ont moins tendance à trouver leur contrat clair que les titulaires d'un diplôme d'études secondaires ou d'un niveau inférieur (71 %)» <http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/crtc/2014/057-13-f/rapport.pdf>

<sup>3</sup> On citera cette recherche rapportée par un reportage de la Facture où des étudiants en droit avaient beaucoup de difficulté à comprendre un contrat de Rogers <http://www.droit-inc.com/article13823-Des-etudiants-en-droit-a-la-tele>, où une des découvertes de cette étude australienne «Another curious negative relationship that emerges from the model is that of initial self-assessed understanding of the telecommunications agreement. There is an inverse relationship between how well consumers rated their understanding of the agreement straight after the sales process and how many questions they answered correctly in Questionnaire Three. For each point in their understanding score (maximum 25) consumers are predicted to answer between - 0.29 and - 0.03 questions correctly. In other words, asking people if they have understood their obligations does not predict understanding of their obligations. », ACCAN, Confident, but confounded Consumer Comprehension of Telecommunications Agreements p. 34, [https://accan.org.au/files/Reports/Confident%20Confounded\\_inaccessible.pdf](https://accan.org.au/files/Reports/Confident%20Confounded_inaccessible.pdf)

consommateurs afin d'évaluer plus concrètement leur degré de compréhension des contrats, et de mettre en place un groupe de travail qui pourra se pencher sur la question et aider le Conseil à relever les éléments qui pourraient servir à réaliser les impératifs de clarté au Code ssf, au Code sur les fournisseurs de télévision ou à d'autres codes pertinents, le cas échéant. Il nous paraît évident qu'un tel effort serait extrêmement enrichissant pour l'ensemble du secteur des services de communication.

27. Revenons maintenant au Code. Il n'y a pas de définition claire et concise de la notion de clarté prévue à l'article A. Le texte de la politique réglementaire de télécom 2013-271 fait toutefois référence aux petits caractères, aux longs documents, aux renseignements camouflés comme présentant des barrières à la compréhension des consommateurs. La décision fait également référence aux impératifs d'exhaustivité, qui seront traités plus loin (principales modalités du contrat).
28. Comme nous l'avons fait dans notre rapport, nous ferons quelques commentaires et recommandations dans l'examen des sections subséquentes du Code, lorsque la clarté des renseignements transmis sur un sujet en particulier nous semblait déficiente. Il est à noter, cependant, que les problèmes de clarté sont à ce point fréquents qu'il nous a semblé impossible de tous les rapporter dans le présent mémoire ; ainsi, nous n'avons que résumé ici les problèmes qui nous apparaissaient les plus flagrants.
29. Soulignons d'emblée quelques problèmes concernant la forme des renseignements transmis aux consommateurs. En effet, malgré le fait que la politique 2013-271 mentionne spécifiquement ces sources de problèmes, nous avons constaté à la fois des longueurs des documents excessives, l'usage de petits caractères et l'abus d'hyperliens, qui obligent parfois le consommateur à se référer à un document externe pour connaître certains éléments importants du contrat. De plus, certains fournisseurs transmettent en annexe des modalités de services qui incluent des renseignements sur des services qui ne font pourtant pas partie du contrat. En plus d'allonger inutilement le document, cette pratique rend parfois complexe la tâche qui consiste à identifier les parties de ces documents qui s'appliquent spécifiquement aux services sans fil du client.
30. Au minimum, les exigences qui sont claires à la politique réglementaire 2013-271 devraient être ajoutées directement au Code pour susciter un plus grand niveau de conformité de la part des fournisseurs. Des exigences spécifiques devraient aussi interdire les modalités de service génériques qui sont de toute évidence réutilisées pour plusieurs services de communication du fournisseur. Dans une recherche de clarté et de concision, le travail qui doit être fait pour distinguer les obligations qui s'appliquent spécifiquement à un service ou à un autre devrait, nous semble-t-il, revenir au fournisseur plutôt qu'au consommateur.

31. Voici quelques recommandations en ce sens :

## A. Clarté

### 1. Langage simple

*(i) Le fournisseur de services doit communiquer avec les clients en utilisant un langage simple.*

*(ii) Le fournisseur de services doit s'assurer que ses contrats écrits et les documents connexes (par exemple les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitable) sont rédigés dans un langage clair que les clients peuvent facilement lire et comprendre.*

***(iii) Les contrats écrits, les documents connexes et autres documents destinés aux consommateurs :***

- ***ne doivent inclure que les clauses et les renseignements qui portent sur le service choisis par le client ;***
- ***Ne doivent pas comporter d'abréviations incompréhensibles ;***
- ***Ne doivent pas utiliser une taille de caractère difficile à lire ;***

***(iv) Tous les documents en annexes doivent être transmis en même temps que le contrat, faire l'objet d'une divulgation par le fournisseur et être transmis dans un format non modifiable.***

## 3. Services illimités

32. Notre recherche nous a permis de constater que les renseignements au sujet des soi-disant services illimités, lorsqu'ils ne comportent pas de limite d'usage, sont flous, et ne semblent pas conformes à la politique de gestion du trafic Internet. Nous invitons le Conseil à consulter les parties pertinentes de notre rapport à ce sujet, cette question n'étant pas considérée de la portée de la présente instance<sup>4</sup>.

33. Les fournisseurs, auxquels il est interdit d'appliquer des frais d'utilisation excédentaires pour les services qualifiés d'illimités (interdiction qui semble être respectée), optent pour le ralentissement ou l'interruption de l'accès à certains services au-delà d'un certain usage. Par exemple, dans leurs politiques d'utilisation acceptable, certains fournisseurs déclarent ralentir entre 16 kbps à 256 kbps l'accès de ceux qui auront dépassé la limite d'usage prévue à la politique d'utilisation équitable<sup>5</sup>. Aujourd'hui, rares sont les usages

<sup>4</sup> Section Résultats de l'analyse, A Clarté (A3. Services illimités).

<sup>5</sup> Notons cependant que plusieurs contrats étudiés n'incluaient pas l'accès aux données illimités, mais plusieurs fournisseurs incluaient tout de même des limites mensuelles d'usage à leur politique d'utilisation acceptable. De plus, pour la majorité des contrats, au moins un élément (qu'il s'agisse de minutes ou de textos) était offert sur une base illimitée.

d'Internet qui seront adéquats à des vitesses inférieures à 1,5 mbps (ou 5 mbps, notamment pour la lecture de vidéos en continu)<sup>6</sup>. À notre avis, pour pouvoir être qualifié de service illimité, un service ne devrait avoir aucune limite, point à la ligne. Annoncer un service illimité et imposer des limites à ce service devrait être considéré comme un cas flagrant de fausses représentations. À notre avis, autoriser une telle contradiction dans l'offre même d'un service (permettre d'imposer des limites à un service présenté ou annoncé comme étant illimité ou qualifié comme tel) équivaut à autoriser l'industrie à tromper les consommateurs.

34. Subsidairement, nous considérons qu'une limite imposée à un service dans une politique d'utilisation acceptable, quelle qu'elle soit, ne doit pas avoir un effet comparable à une interruption de service. Le ralentissement autorisé ne devrait pas avoir pour effet d'entraver totalement ou en partie l'accès à un service.
35. Il n'y aucune raison non plus pour que de limites d'usage, même si elles n'entraînent pas de frais supplémentaires, ne fasse pas l'objet d'une divulgation expresse directement au contrat. Il s'agit à notre avis d'un renseignement important pour les consommateurs, et ce, d'autant plus qu'il contredit la qualification même du service.

### 3. Services illimités

***(i) Il est interdit au fournisseur de qualifier d'illimité un service qui comporte quelque limite d'utilisation préétablie;***

***Subsidairement :***

***(i) Le fournisseur de services ne doit pas facturer au client des frais d'utilisation excédentaire pour les services achetés sur une base illimitée.***

***(ii) Le fournisseur de services ne doit pas appliquer de limites à l'utilisation d'un service acheté sur une base illimitée, à moins que ces limites ne soient clairement expliquées dans la politique d'utilisation équitable.***

***(iii) Les limites que peut imposer le fournisseur en cas de dépassement ne doivent pas avoir pour effet de priver le client du service ou de rendre ce service pratiquement inutilisable.***

<sup>6</sup> Voir notamment ce guide de la FCC <https://www.fcc.gov/reports-research/guides/broadband-speed-guide> et du CRTC [http://www.crtc.gc.ca/telecom/fra/hearings/2016/ex0411.htm?\\_ga=1.103148800.1080353560.1472485552](http://www.crtc.gc.ca/telecom/fra/hearings/2016/ex0411.htm?_ga=1.103148800.1080353560.1472485552). À 500 kbps, même la navigation sur Internet n'est pas garantie, la plupart des usages nécessitant plutôt des vitesses entre 1,5 et 5 mbps.

## Principales modalités du contrat :

36. Notre recherche terrain nous aura permis de constater que les contrats ne sont pas toujours exhaustifs. Ainsi, plutôt que d'exiger des modifications au Code, nous recommanderons plutôt au Conseil de veiller à son application stricte, et, à cette fin, à ne pas limiter son examen aux seuls rapports de conformité produits par les fournisseurs, qui ne permettent pas au Conseil de voir les contrats qui sont véritablement utilisés sur le marché. Nous reviendrons plus loin sur les problèmes de conformité. Pour l'instant, nous nous contenterons de dénoncer deux des principaux problèmes que nous avons constatés à la lumière de nos recherches terrains.
37. Premièrement : l'absence d'obligation relativement aux frais d'utilisation supplémentaire. Le Code ne prévoit, comme seule obligation, que la divulgation des limites qui peuvent entraîner des frais, mais non celle du montant des dits frais. Les pratiques de certains fournisseurs démontrent qu'il ne s'agirait pourtant pas d'une exigence excessive : certains incluent quand même spontanément ces renseignements à leur contrat. L'abondance d'information au sujet des *bill shock* aux dernières audiences aurait dû, selon nous, convaincre le Conseil d'inclure l'exigence de la dénonciation au contrat de cette information importante.
38. Deuxièmement : la section intitulée «h. comment les clients peuvent se renseigner sur :» et les articles subséquents. À notre avis, les renseignements prévus à cette liste doivent être transmis en même temps que le contrat. Notre étude terrain nous a permis de constater que les renseignements se trouvant dans cette section font l'objet de divulgations extrêmement vagues au contrat, ou parfois ne font tout simplement l'objet d'aucune mention. C'est notamment le cas des outils de gestion de l'utilisation, dont l'existence n'est pas toujours divulguée ou divulguée clairement au contrat, pas plus que la manière d'obtenir des renseignements à leur sujet.
39. Le concept de dire au client «comment se renseigner» devrait complètement être aboli du Code<sup>7</sup>. Si le Conseil, à raison, estime que le consommateur a intérêt à obtenir des renseignements sur certains aspects du contrat ou du service, c'est au fournisseur et non au consommateur qu'il devrait imposer la tâche de trier et de rassembler ces renseignements, et celle de les présenter de façon digeste.
40. Nous avons eu vent que certains fournisseurs semblent également avoir abusé de cette flexibilité permise par le Code en prétendant, par exemple, que l'accès alloué à certains services dans le cadre du contrat (ex : données, itinérance) constitue des services optionnels qui peuvent faire l'objet de modifications comme bon leur semble<sup>8</sup>. Il nous

---

<sup>7</sup> La seule exception envisageable serait à notre avis, l'inclusion au sujet du Code sur les services sans fil.

<sup>8</sup> Rapporté notamment par les enquêtes du CPRST. Voir tous les cas de violation liés à des modifications unilatérales de contrat sous prétexte qu'il ne s'agissait pas d'éléments importants, à partir de la p. 28 du Guide <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/AWC/fr/guide-annote-du-Code-sur-les-services-sans-fils.pdf> «Nous avons vu des cas où un FSSF prétendait modifier les « documents connexes », alors que ce changement affectait les principales modalités du contrat. Lorsqu'un FSSF modifie ses documents connexes, comme sa politique de confidentialité ou sa politique d'utilisation équitable, ces changements affectent les « principales modalités » du contrat du client. Dans ce genre de situation, le FSSF doit respecter les conditions requises pour apporter des modifications aux principales modalités du contrat»

semble évident que les fournisseurs fautifs n'ont pas respecté l'esprit du Code. Peu importe la forme que prend le contrat et comment il est appelé par les fournisseurs, la présentation ne devrait pas avoir d'effet sur les engagements des parties qui concluent l'entente, en particulier en ce qui a trait à des modifications aux éléments importants du contrat. En ce sens, ce type d'entourloupette ne devrait pas permettre à quelque partie d'imposer des modifications unilatérales de contrat qui ne seraient pas autorisées par le Code sur les services sans fil ou à l'intérieur des législations provinciales de protection du consommateur. La Cour supérieure a d'ailleurs autorisé UC entreprendre une action collective contre un fournisseur pour une telle tentative de qualification de différents éléments du contrat que nous alléguons trompeuse et inopposable aux consommateurs.

**Principales modalités du contrat :**

- a. les services compris dans le contrat et **toutes** les limites d'utilisation de ces services ~~qui pourraient entraîner des frais d'utilisation excédentaire ou autres frais supplémentaires;~~
- b. le montant des frais mensuels minimaux pour les services compris dans le contrat;
- c. la période d'engagement, y compris la date de fin du contrat;
- d. s'il y a lieu :
  - i. le total des frais de résiliation anticipée;
  - ii. le montant par lequel les frais de résiliation anticipée diminuent chaque mois;
  - iii. la date à compter de laquelle les frais de résiliation anticipée ne s'appliqueront plus au client;
- e. si le contrat comprend un appareil subventionné :
  - i. le prix de détail de l'appareil (le plus petit des montants suivants : le prix de détail suggéré par le fabricant ou le prix établi pour acheter, sans contrat, l'appareil du fournisseur de services);
  - ii. le montant payé par le client pour l'appareil;
  - iii. les frais de déverrouillage de l'appareil, s'il y a lieu;

Autres aspects du contrat :

- a. une description des documents connexes, y compris les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitable;
- b. une liste complète des frais ponctuels, énumérés séparément;
- c. la période d'essai du contrat, y compris les limites d'utilisation connexes;
- d. les frais des services facultatifs sélectionnés par le client lors de la conclusion du contrat;

<p>e. si le contrat sera prolongé automatiquement de mois en mois à la fin du contrat et, le cas échéant, à compter de quelle date;</p> <p>f. si le remplacement de l'appareil ou la modification d'une modalité du contrat prolonge la période d'engagement du client ou modifie d'autres aspects du contrat;</p> <p>g. le cas échéant, le montant du dépôt de garantie et les modalités connexes, y compris les conditions de retour du dépôt;</p> <p><b>h. comment les clients peuvent se renseigner sur :</b></p> <p><del>h. i.</del> les frais des services facultatifs et payables à l'utilisation;</p> <p><del>i. ii.</del> la garantie offerte par le fabricant de l'appareil;</p> <p><del>j. iii.</del> <b>une description des</b> outils pour les aider à gérer leur facture, y compris les avis d'utilisation et d'itinérance de données, les limites d'utilisation de données et les outils de surveillance de l'utilisation;</p> <p><del>k. iv.</del> la zone de couverture des services du fournisseur de services, <b>y compris comment consulter des cartes de couverture des services complètes;</b></p> <p><del>l. v.</del> comment communiquer avec le service à la clientèle du fournisseur de services;</p> <p><del>m. vi.</del> comment porter plainte au sujet des services sans fil, y compris comment communiquer avec le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications inc. (CPRST);</p> <p><b>h. comment les clients peuvent se renseigner sur :</b></p> <p>le Code sur les services sans fil.</p>
---

## 2. Contrats de services prépayés

41. A notre avis, plusieurs problèmes relativement aux services prépayés mériteraient une attention expresse du Conseil, et il ne s'agit pas de l'épineuse question de l'expiration du solde des services. En fait, la manière dont le Code est rédigé donne l'impression que le Conseil a surtout tenu compte de la manière traditionnelle d'avoir accès aux services prépayés: notamment par l'entremise de cartes prépayés et des services payables à l'utilisation. Or, les modes de conclusion de ces ententes, les modes de paiement, et l'offre de service sont aujourd'hui beaucoup plus complexe que dans ce modèle traditionnel. Les ententes peuvent être conclues à distance, peuvent faire l'objet de paiement par prélèvement mensuel automatique, et ne sont pas nécessairement payables à l'utilisation : plusieurs fournisseurs offrent aussi des services prépayés sous forme de forfait. Le Conseil ne devrait surtout pas considérer ces services comme étant dépassés ou peu intéressants pour l'ensemble des consommateurs (ou des fournisseurs): ils représentent encore le mode d'accès aux services privilégié par les

utilisateurs occasionnels et par ceux qui ont des problèmes budgétaires. Les sondages du CRTC indiquent aussi des pistes en ce sens<sup>9</sup>. À l'étranger, les services prépayés sont aussi considérés non comme un modèle du passé mais comme une voie d'avenir ; des recherches concluent que le problème au sujet de ces services Canada ne tient pas à la demande, mais plutôt à l'offre<sup>10</sup>.

42. En principe, les services prépayés sont très peu différents des services postpayés, sauf peut-être, pour ce qui est de l'absence de fourniture d'appareils et des conséquences moins graves liés au *bill shock*, encore qu'elles peuvent aussi arriver avec ce type de service, comme le reconnaît notamment l'ACMA<sup>11</sup>. Il n'y a que très peu de raisons qui justifient des mesures de protection asymétriques pour les services pré et postpayés. Le CPRST a par ailleurs souligné plusieurs plaintes pour les services prépayés et a relevé les mêmes ambiguïtés que nous relativement aux articles du Code qui portent sur les services prépayés<sup>12</sup>.
43. Notre étude terrain portant sur les services prépayés nous aura permis de constater que l'absence d'obligation de transmettre le contrat a des conséquences désastreuses sur la qualité de l'information présentée aux consommateurs. Certaines obligations contractuelles se trouvent sur l'emballage de la carte SIM, sur la carte de services prépayés (s'il y a lieu), dans les modalités de services (qui incluent souvent aussi des renseignements sur les services postpayés, de sorte qu'il peut être difficile d'identifier les renseignements pertinents). Il peut s'agir parfois de plus d'une quarantaine de page de renseignements, réparties dans plusieurs documents qui ne seront pas nécessairement transmis à la conclusion du contrat, et dans lesquelles le consommateur aura à fouiller attentivement pour identifier ce qui s'applique à lui.
44. Le client de prépayé qui souscrita à un service sous forme de forfait a pourtant accès à des services presque aussi complexe que les services postpayés et pourrait, s'il dépasse les limites à son forfait, épuiser son solde beaucoup plus rapidement que

---

<sup>9</sup> Les services prépayés seraient utilisés davantage par les personnes âgées, et celles qui ont un niveau de scolarité plus bas (voir rapport 20145 p. 10-11) <http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/crtc/2015/044-14-f/rapport.pdf>, on y émet l'hypothèse que cela pourrait être lié au revenu (voir rapport 2016 p. 34). <http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/crtc/2016/034-15-f/rapport.pdf>

<sup>10</sup> The lack of take-up of prepaid plans in Canada is primarily a problem of supply not demand. [...] prepaid, no commitment plans are becoming standard in many countries, notably the UK, France, Israel and, most significant in light of cultural, market and geographical proximity, the US, especially since TMUS doubled down on its 'challenger brand' image after the DOJ foiled its bid to merge with AT T. The rapid growth of MVNOs and prepaid subscriptions in the United States is moving that country closer to the rest of the world, while leaving Canada further on its own and laying bare the dubious assertion, CANADIAN MEDIA CONCENTRATION RESEARCH PROJECT. Mobile Wireless in Canada: Recognizing the problems and approaching solutions, p. 38.  
<http://www.cmcrp.org/wpcontent/uploads/2014/03/Mobile-Wireless-in-Canada-Final-Report.pdf>

<sup>11</sup> «Customers frequently experience 'bill shock', which occurs when a consumer receives a higher than expected bill or sees their prepaid credit run down faster than expected. This appears to be commonly caused by either the consumer having a poor understanding of the charging arrangements for their service at the time they purchased it or because they are unable to track how charges are accumulating under a plan. »  
<http://www.acma.gov.au/~media/Consumer%20Interests/Overview/pdf/Reconnecting%20the%20Customeroverview.PDF>

<sup>12</sup> CPRST. Rapport annuel 2014-2015, étude de cas no 1 p. 14 et avis à la p. 21 <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2014-2015/CPRST-Rapport-Annuel-2014-2015.pdf>

prévu, ce qui constitue une forme de *bill shock*. À notre avis, les mesures de protection devraient être équivalentes à celles qui sont applicables aux services postpayés.

45. À notre avis, les obligations prévues à l'article 2 du Code devraient être supprimées<sup>13</sup> et la section B (Contrats et documents connexes) devrait être revu afin de l'appliquer à la fois aux services postpayés et prépayés, lorsqu'applicable. En principe, seuls les articles D 1 (modification du contrat et document connexe), G6 (prolongation du contrat), H (dépôt de garantie) et I (débranchement) ne seraient pas applicables dans le cas des services prépayés, et 2 i et ii dans le cas des services postpayés. Cela dit, une protection relative aux modifications unilatérales, adaptée aux particularités de ce type de service, pourrait aussi présenter un certain intérêt pour les services prépayés, notamment pour la durée du solde prépayé.
46. Dans l'éventualité où le Conseil n'est toujours pas convaincu de la nécessité de transmettre le contrat en entier dans le cas des services prépayés, nous insistons subsidiairement sur le fait que la transmission aux consommateurs qui choisissent ce type de service d'un résumé des renseignements essentiels améliorerait déjà grandement la qualité de l'information qui leur est transmise, leur permettrait d'être systématiquement informés de ses recours au CPRST<sup>14</sup> et d'avoir une trace écrite claire de leur entente avec leur fournisseur, utile lors du processus de règlement de différend.

### **C. Résumé des renseignements essentiels**

47. Sur le plan des obligations de divulgation, le résumé diffère du contrat ; outre les frais mensuels minimaux, qui doivent apparaître au contrat, il oblige le fournisseur à divulguer aussi les «frais mensuels totaux», qui doivent, selon le Code, contenir les frais mensuels d'abonnement et ceux des services facultatifs choisis par le consommateur. Cependant, le concept n'est pas clairement expliqué au glossaire du Code. Il vaudrait la peine, à notre avis, de fournir une définition claire de frais mensuels totaux, qui permettra au consommateur, peu importe le fournisseur choisi, d'avoir la certitude que les frais divulgués correspondent à ceux qui leur seront facturés chaque mois. Cette clarté pourrait également réduire les mauvaises surprises en début d'abonnement.
48. Soulignons aussi qu'il serait bénéfique que la mention des frais mensuel totaux apparaisse, dans le résumé, à proximité des frais mensuels minimaux (ie : directement en dessous ou à côté). La pratique qui consisterait, par exemple, à les mettre sur deux pages différentes, en affichant plus visiblement les frais minimaux, serait susceptible de créer une certaine confusion et de nuire à la clarté des renseignements au sujet des mensualités.
49. Nous continuons de croire que le résumé serait davantage utile pour les consommateurs si ces derniers pouvaient y avoir accès avant la conclusion du contrat ; cela leur permettrait de magasiner plus efficacement leurs services, ou de prendre connaissance à tête reposée des principaux éléments du contrat avant sa conclusion. Du moins, cette

---

<sup>13</sup> Sauf les articles 2 i et ii qui incluent des particularités importantes au service prépayé

<sup>14</sup> Rappelons que notre étude sur les services prépayés a révélé que la transmission des renseignements au sujet du CPRST est omise particulièrement souvent par les fournisseurs.

deuxième raison reste pertinente, tant et aussi longtemps que la période d'essai ne fera pas l'objet d'une divulgation précontractuelle claire. Nous y reviendrons plus loin.

50. Telle que mentionné précédemment, nous croyons aussi que l'obligation d'offrir le résumé tant aux clients de services prépayés que postpayés serait bénéfique pour les consommateurs, compte tenu que ces services sont davantage utilisés par des groupes vulnérables, et vu le manque flagrant de clarté en ce qui a trait à la divulgation des renseignements importants du contrat pour les services prépayés<sup>15</sup>. Dans le cadre de notre recherche sur les services prépayés, nous avons constaté que quelques rares fournisseurs ont transmis un résumé des renseignements essentiels lors de la conclusion de contrats en personne. Cette pratique est bénéfique pour les consommateurs et mériterait d'être étendue à l'ensemble de l'industrie.
51. Outre ces quelques ajustements, nous encourageons le Conseil à évaluer la qualité des résumés des renseignements essentiels utilisés sur le marché. À notre avis, aucun des résumés que nous avons étudiés ne respectait parfaitement tous les principes énoncés au Code. Le niveau de non-conformité est toutefois très disparate : dans certains cas les obligations quant à la forme était à ce point peu respectée qu'il était très difficile d'identifier le résumé à l'intérieur du contrat. En revanche, certains fournisseurs frôlaient la conformité, en évitant d'enfouir le résumé plus loin dans le contrat, de répandre les renseignements qui devrait se trouver dans le résumé à plusieurs endroits, en évitant les abréviations incompréhensibles ou en faisant un effort pour que la présentation ne le rende pas illisible<sup>16</sup>.
52. Fait important : pour plusieurs fournisseurs, les renseignements clés du contrat ne se retrouvent qu'à l'intérieur du résumé des renseignements essentiels : certains renseignements ne seront pas dupliqués dans le contrat. Ce n'est pas nécessairement, pour le consommateur, une pratique problématique en soi, à condition bien sûr que le fournisseur réussisse à fournir tous les renseignements de manière claire et limpide (et que le résumé constitue une partie intégrante du contrat). Mais cet état de fait rend d'autant plus primordial un examen détaillé et rigoureux des résumés qui circulent sur le marché : un résumé non conforme pourrait fort bien indiquer que le reste du contrat omet lui aussi des renseignements prescrits par le Code. Cela dit, comme le Code exige un résumé des « éléments les plus importants du contrat », et que le résumé doive « correspond[re] exactement au contenu du contrat », il semble aller de soi que les éléments qui se retrouvent au résumé soient extraits du contrat lui-même.
53. Il était également frustrant de remarquer que certains fournisseurs se donnent le droit de faire la promotion de certains de leurs services dans le résumé alors même que le document n'était pas conforme à toutes les obligations du Code. Le résumé des renseignements essentiels devrait être un résumé des renseignements essentiels

---

<sup>15</sup> Quoiqu'en dise l'industrie, il est juste de parler de contrat même lorsque le consommateur ne souscrit pas à une entente de plusieurs années et/ou qui comporte le financement d'un appareil. En effet : « Un **contrat de service** est un contrat par lequel une personne, le **fournisseur de services**, s'engage à fournir un **service** précis à un **client** en échange d'un **paiement**. » voir : <https://www.educaloi.qc.ca/capsules/le-contrat-de-service>

<sup>16</sup> Nous énumérons ici les qualités de plusieurs résumés. Hélas, aucun résumé ne respectait à la lettre tous ces principes.

d'abord et avant tout, voire exclusivement, et certes pas une vitrine publicitaire supplémentaire pour le fournisseur.

54. Ci-dessous se trouvent nos suggestions de modification. Nous suggérons aussi l'ajout d'une mention sur la période d'essai au résumé, car notre étude terrain indique que les renseignements sur la période d'essai sont régulièrement enfouis dans des sections peu visibles du contrat et ne font pas nécessairement l'objet de divulgation précontractuelle expresse. Nous y reviendrons plus loin. Ci-dessous se trouve aussi une suggestion de définition pour les frais mensuels totaux à inclure au Code.

### C. Résumé des renseignements essentiels

#### 1. Résumé des renseignements essentiels

(i) Le fournisseur de services doit fournir un résumé des renseignements essentiels au client **avant la conclusion du contrat et** lorsqu'il fournit une copie permanente du contrat ~~pour les services postpayés~~. Ce document résume les éléments les plus importants du contrat pour le client.

(ii) Le fournisseur de services doit s'assurer que le résumé des renseignements essentiels contient tous les renseignements suivants :

- a. une description complète des principales modalités du contrat (voir les éléments B.1. (iv) a. à e. décrits ci-dessus) **et les renseignements sur la période d'essai, y compris les conditions et limites d'utilisation connexes;**
- b. les frais mensuels totaux, y compris les frais des services facultatifs sélectionnés par le client lors de la conclusion du contrat **en évidence à proximité des frais minimaux;**
- c. des renseignements sur tous les frais ponctuels et frais supplémentaires;
- d. des renseignements sur la manière de porter plainte au sujet des services sans fil du fournisseur de services, y compris comment communiquer avec le service à la clientèle du fournisseur de services et le CPRST.

(iii) Le fournisseur de services doit s'assurer que le résumé des renseignements essentiels :

- a. correspond exactement au contenu du contrat;
- b. est un document distinct du contrat écrit ou figure bien en évidence dans les deux premières pages du contrat écrit;
- c. est clair, concis (pas plus de deux pages), rédigé en langage simple et écrit dans une police de caractères facile à lire.

### **Le Code sur les services sans fil – Définitions**

#### Frais mensuels minimaux

Le montant minimal que les clients doivent payer chaque mois pour les services sans fil, ce qui ne comprend pas les services facultatifs, les frais supplémentaires ou les frais d'utilisation excédentaire. Des taxes, précisées dans le contrat, peuvent s'ajouter à ces frais.

#### Frais mensuels totaux

**Le montant complet que les clients doivent payer chaque mois pour les services sans fil, ce qui comprend les services facultatifs, les frais supplémentaires et les taxes, précisés dans le contrat, mais excluant les frais d'utilisation excédentaire.**

#### Itinérance

Utilisation de services sans fil hors du territoire couvert par le réseau du fournisseur de services.

## **E. Gestion de la facture**

55. Notre recherche sur le Code avait pour objectif d'évaluer, au moyen d'une étude d'un ensemble de contrats de services postpayés, son impact et de voir comment il était appliqué. N'ayant pas étudié en détail comment les fournisseurs se conforment aux obligations de l'article E, nous n'avons donc pas de renseignements détaillés relatifs aux avis et ne sommes pas en mesure de déterminer s'ils sont appropriés en toute circonstance. Nous avons toutefois intercepté certains problèmes à l'intérieur des contrats, plus particulièrement sur l'avis destiné à permettre aux fournisseurs d'obtenir le consentement explicite du consommateur pour la facturation de frais de données supplémentaires qui excèdent le plafond.
56. Nous recommanderons au Conseil d'interroger les fournisseurs sur toutes les manières employées en vue d'obtenir le consentement des consommateurs de leur facturer plus de données. Une mention pour le moins étonnante à un contrat qu'il nous a été donné d'étudier semblait indiquer que le fournisseur obtenait ce consentement une fois pour toute dès la conclusion du contrat, du simple fait de son acceptation<sup>17</sup>. À notre avis cette pratique ne respecte ni le Code, ni l'intention du Conseil au moment d'adopter cette disposition. Le Conseil devrait s'assurer que cette pratique n'est pas utilisée comme méthode d'obtention du consentement par le consommateur et que tous les fournisseurs avisent leurs clients, systématiquement, au moment de l'atteinte du seuil fixé.

<sup>17</sup> Il s'agissait de deux clauses en fin de contrat, enfouie parmi d'autres qui nécessitaient toutes des paraphes.

57. Nous avons relevé un autre phénomène pour le moins étrange associé aux forfaits de données partagées. Les divulgations dans certains contrats sont très confondantes, comme le montre cet extrait pour le moins alambiqué :

*Bell vous avisera (vous ou les autres abonnés inclus dans votre compte) au moment (ou avant le moment) où vous (ou eux) atteignez des Frais d'Utilisation excédentaire de données de 50 \$ par abonné inclus dans le compte, par cycle de facturation. Si vous (ou eux) souhaitez continuer d'engager des Frais d'Utilisation excédentaire après cet avis, vous (ou eux) aurez la possibilité d'y consentir expressément. Si vous (ou eux) ne consentez pas expressément à de tels Frais d'Utilisation excédentaire, votre (ou leur) capacité d'accéder aux Services de données sera suspendue.*

58. Les enquêtes du Commissaire semblent également confirmer qu'il a reçu des plaintes des consommateurs à ce sujet<sup>18</sup>. En effet, le fait que le consentement puisse être obtenu de la part de quelque utilisateur du compte plutôt que pas son titulaire crée des situations où des individus qui peuvent ne pas être conscients des implications de l'avis acceptent des frais supplémentaires au compte, au détriment du titulaire du compte.
59. Il semble évident que l'intention du Conseil, lors de l'adoption de cette disposition, était d'assurer que celui qui reçoit l'avis et qui transmet le consentement soit le payeur du compte. S'il est légitime que tous les abonnés soient avisés de l'atteinte du seuil de 50\$ ou 100\$ de frais de données supplémentaires, il devrait revenir au payeur de déterminer s'il souhaite se faire facturer davantage de frais pour l'usage des données mobiles. Comme le *bill shock* lié aux données mobiles peut être particulièrement sévère, il va de soi que sa prévention devrait être priorisée par rapport au désagrément de celui qui n'est pas titulaire du compte de perdre, éventuellement, l'accès à Internet.
60. De plus, il va de soi que ces comptes n'autorisent pas un plafond qui soit équivalent à un montant de 50 \$ multiplié par le nombre d'abonnés inclus au compte. Il nous a toujours semblé que le plafond s'appliquait au compte et non aux abonnés. On aurait pu croire que les fournisseurs l'auraient aussi compris ainsi. Heureusement, le CPRST du Code la même lecture que nous<sup>19</sup>. Le CRTC devrait s'assurer que les fournisseurs de service ne tentent pas de faire croire à leurs clients que le plafond peut être multiplié ainsi et que les avis peuvent être acceptés par quiconque autre que le titulaire du compte.

---

<sup>18</sup> Rapport annuel du CPRST, p. 19-20 <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2014-2015/CPRST-Rapport-Annuel-2014-2015.pdf>

<sup>19</sup> Guide annoté p. 34

61. Nous avons aussi trouvé dans le cadre de notre étude des contrats qui font mention des options de données flexibles.

*Il nous arrive à tous de dépasser notre plafond en matière de données. C'est la raison pour laquelle dès qu'un utilisateur d'un compte s'approche du plafond en matière de données, TELUS l'en informe par un texto. Ce plafond est le suivant :*

- 50 \$ de frais de transmission de données au Canada excédentaires par rapport au montant inclus dans le forfait (ou prévu par le dernier palier en cas de forfait flexible);*
- 100 \$ de frais de transmission de données en itinérance excédentaires par rapport au montant inclus dans le forfait (ou dans tout bloc de données internationales).(Nos soulignés)*

62. La pratique de tarification flexible des données est très courante dans l'industrie. Il est à notre avis problématique que des membres de l'industrie se réserve le droit de n'envoyer l'avis qu'une fois le dernier palier atteint. Le niveau de protection relatif au plafond de données devrait être équivalent pour tous les consommateurs, peu importe le mode de tarification choisi.

63. Nous ne suggérons pas l'envoi d'un avis à chaque palier; cela risquerait d'être intempestif. Nous suggérerions plutôt que le consommateur reçoive un avis lorsque ses dépenses le déplacent vers un palier qui correspond à une augmentation d'au plus 50\$ de ses frais de données, par rapport au prix du palier le plus économique. Si par exemple, le premier palier est de 10 \$ par mois, il recevra un avis lui demandant s'il souhaite payer plus de 50 \$ de frais supplémentaire lorsqu'il atteindra un palier d'au plus 60 \$.

64. Notre recherche nous a également permis de constater que les fournisseurs n'offrent pas toujours des renseignements clairs ou même, quelque forme de mention au contrat au sujet de ces outils. Comme pour tous les autres renseignements pour lesquels le fournisseur n'a comme obligation que de fournir une méthode pour se renseigner, le consommateur devrait minimalement profiter de renseignements non modifiables en annexe du contrat.

65. À notre avis, pour cette section, très peu de changements sont requis aux libellés du Code. Il ne s'agit que d'assurer qu'il soit adéquatement appliqué par l'industrie. Le Conseil a le choix de faire appliquer correctement le Code par les fournisseurs fautifs et/ou de préciser le Code.

## **E. Gestion de la facture**

### **1. Avis d'itinérance internationale**

- (i) Le fournisseur de services doit aviser le client, sans frais, lorsque son appareil est en itinérance dans un autre pays. L'avis doit clairement indiquer les frais associés aux services vocaux, de messagerie texte et de données.
- (ii) Le client peut choisir en tout temps de ne pas recevoir ces avis.

2. Limite associée aux frais d'itinérance

(i) Le fournisseur de services doit suspendre les frais d'itinérance de données au Canada et à l'étranger lorsqu'ils atteignent 100 \$ au cours d'un cycle de facturation mensuel, à moins que le client **titulaire du compte** n'accepte expressément de payer des frais supplémentaires.

(ii) Le fournisseur de services doit appliquer cette limite sans frais.

**(iii) Les options de données flexibles sont sujettes aux mêmes obligations. Le fournisseur doit suspendre les frais lorsqu'ils représentent une augmentation de 100\$ sur le premier palier.**

3. Limite associée aux frais d'utilisation excédentaire de données

(i) Le fournisseur de services doit suspendre les frais d'utilisation excédentaire de données lorsqu'ils atteignent 50 \$ au cours d'un cycle de facturation mensuel, à moins que le client **titulaire du compte** n'accepte expressément de payer des frais supplémentaires.

(ii) Le fournisseur de services doit appliquer cette limite sans frais.

**(iii) Les options de données flexibles sont sujettes aux mêmes obligations. Le fournisseur doit suspendre les frais lorsqu'ils représentent une augmentation de 50\$ par rapport au premier palier.**

## F. Questions relatives aux appareils mobiles

### 1. Déverrouillage

66. Notre recherche a permis de constater plusieurs pratiques problématiques concernant le déverrouillage des appareils :

- Leur prix exorbitant. Habituellement à 50 \$, il s'agit à notre avis d'un tarif qui n'est pas proportionnel au coût de fourniture, très bas, de ce service. Il s'agit à notre avis d'une barrière à la mobilité des clients appliquée sciemment par les fournisseurs, qui empêche l'atteinte des objectifs visés par le Conseil lors de l'adoption de cette mesure.
- Tarification différenciée selon les clients. Certains fournisseurs imposent jusqu'à 150 \$ pour la fourniture du service si le client a dû payer un dépôt ou s'il s'est fait imposer une limite de dépense. Il s'agit à notre avis d'une discrimination inacceptable appliquée au détriment des consommateurs à revenu modeste.
- Conditions additionnelles imposées au client : notamment d'avoir un compte en règle. En aucun cas nous n'encourageons les consommateurs à ne pas payer leur facture, mais à notre avis le consommateur devrait avoir la liberté de déverrouiller son appareil. Le Code prévoyant les conditions du déverrouillage (soit : sur demande), les fournisseurs ne sont pas justifiés, à notre avis, d'ajouter quelque condition que ce soit qui fasse en sorte que le déverrouillage sur demande ne soit pas disponible.
- Refuser le déverrouillage à ceux qui n'ont pas de relation contractuelle en cours : le client qui résilie son service devrait avoir la liberté, même s'il n'a plus d'abonnement actif, de faire déverrouiller l'appareil chez son ancien fournisseur. Si les fournisseurs

- voulaient prétendre que l'usage du mot *client* dans cette disposition les dégage de toute obligation envers leurs anciens clients, on leur objectera que seule l'obligation *d'offrir une méthode pour déverrouiller l'appareil* fait mention du client, et que l'obligation de *déverrouiller* doit donc s'appliquer à tous ceux qui étaient clients au moment de la fourniture de l'appareil.
- Rendre nulle la garantie du fabricant en cas de déverrouillage par un tiers. Qui a dit que les fournisseurs de services devaient avoir le monopole sur le service de déverrouillage? Attendu les frais exorbitants et les conditions restrictives imposées aux clients par les fournisseurs qui tentent de préserver le contrôle sur ce marché, il est sain que les consommateurs disposent de voies alternatives qui leur permettent de contourner ces barrières artificielles. Cette interdiction de déverrouillage par un tiers sous peine de perte du bénéfice de la garantie sur l'appareil constitue à notre avis une pratique anti concurrentielle qui devrait être interdite par le Conseil.
67. Le Conseil avait reconnu dans le cadre des audiences publiques que les services de déverrouillage offerts n'étaient pas concurrentiels. À notre avis, ils ne le sont pas plus aujourd'hui et sont plutôt sur le respirateur artificiel. À notre avis rien ne justifie d'imposer une telle restriction à un appareil qui appartient au client. Contrairement au boîtier décodeur fourni en location dans le cadre d'un contrat de service de télévision, le consommateur achète le téléphone cellulaire au moment de la conclusion du contrat. Une personne qui fait un achat à tempérament d'une voiture ne se fera pas dicter à quel station service faire le plein. Pourquoi alors le consommateur, dans l'univers des télécommunications, se ferait-il imposer celui avec qui il peut et ne peut pas utiliser son appareil?
68. Pourquoi imposer de telles conditions aux consommateurs? Les fournisseurs ont parlé aux dernières consultations sur le Code de «prévention de la fraude» sans expliquer clairement en quoi pouvait consiste cette fraude redoutée. À notre avis, aucune mesure additionnelle pour se protéger de potentiels ou avérés fraudeurs ne devrait leur être permise, leurs recours sont déjà amplement suffisants. Le fait de pénaliser l'ensemble des consommateurs semble un rien disproportionné. Les « fraudeurs » n'hésiteront pas, on peut le présumer, à se priver de la garantie et à faire déverrouiller par un tiers, sans même attendre l'expiration du 90 jours...
69. Outre la règle des 90 jours, les fournisseurs disposent aussi d'un autre avantage du fait que les consommateurs devront s'adresser à eux pour déverrouiller leur appareil. Si le consommateur veut faire déverrouiller son appareil pour changer de fournisseur, c'est l'occasion ou jamais pour le fournisseur actuel d'offrir des rabais en vue de retenir son client. Voilà ce qui serait, selon nous, un signe de saine concurrence (au contraire des frais prohibitifs).
70. Toutes les pratiques abusives mises en place par les fournisseurs sont à notre avis des signes qu'ils n'offriront jamais spontanément et globalement des conditions de déverrouillage compétitives. D'ailleurs, dans plusieurs juridictions étrangères, le verrouillage des appareils est tout simplement interdit<sup>20</sup>. Compte tenu de tous les

---

<sup>20</sup> Notamment au Chili où le verrouillage a été interdit et le déverrouillage serait offert sans frais <http://www.theverge.com/mobile/2012/1/4/2681271/chile-sim-unlock-january-16th> , voir d'autres modèles

stratagèmes utilisés par les fournisseurs pour mettre les réglementations à leur main ou les détourner à leurs fins, peut-être qu'une interdiction catégorique de verrouillage sera la solution la plus simple et la plus avantageuse pour accroître la mobilité des consommateurs. Subsidièrement, bien que le plafonnement des tarifs de déverrouillage à des seuils raisonnables puisse être envisageable, nous considérons, compte tenu des outils marginaux liés à la fourniture de ce service, que ce service devrait être offert sans frais, comme cela se fait d'ailleurs dans plusieurs juridictions étrangères.

71. À la lumière de tous ces problèmes constatés sur le terrain nous recommandons :

- D'interdire le verrouillage des appareils;
- Subsidièrement :
  - D'interdire l'imposition de frais pour le déverrouillage de l'appareil ou plafonner le montant exigible pour le déverrouillage à une somme raisonnable;
  - D'imposer aux fournisseurs d'offrir le service de déverrouillage gratuitement au consommateur qui a payé son appareil en entier;
  - D'interdire l'imposition par le fournisseur en matière de déverrouillage de conditions qui n'apparaîtraient pas au Code, notamment celle qui seraient en lien avec le statut du client, le dossier de crédit ou un montant en souffrance.

72. Voici les libellés proposés :

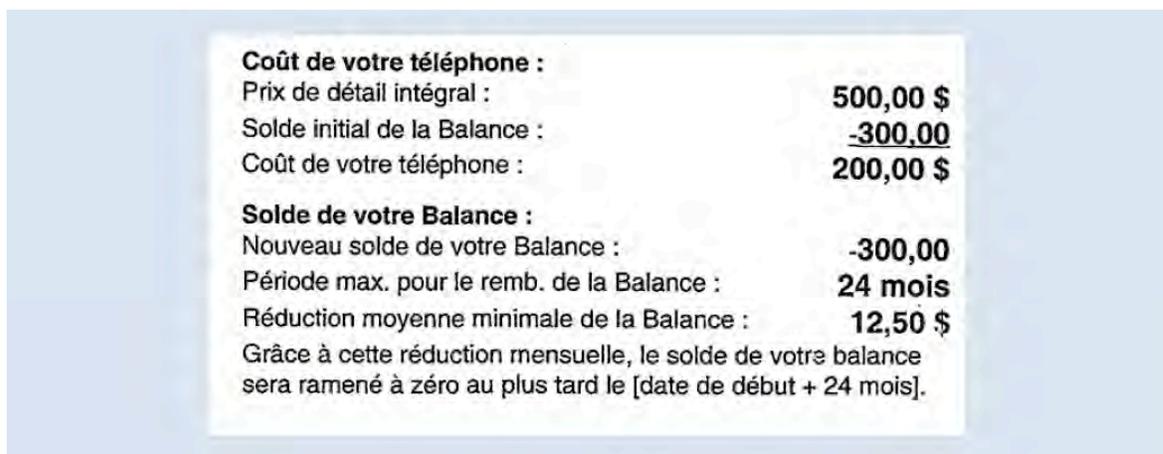
## F. Questions relatives aux appareils mobiles

1. Déverrouillage
(i) Le fournisseur de services qui <b>a</b> fournit un appareil verrouillé au <b>consommateur</b> <del>client dans le cadre d'un contrat</del> doit : <ul style="list-style-type: none"><li>a. pour les appareils subventionnés : déverrouiller l'appareil, ou offrir au client une méthode pour le déverrouiller, sur demande <b>et sans frais</b> <del>au coût précisé par le fournisseur de services</del>, au plus tard 90 jours civils après la date de début du contrat;</li><li>b. pour les appareils non subventionnés : déverrouiller l'appareil, ou offrir au client une méthode de le déverrouiller, sur demande <b>et sans frais</b> <del>au coût précisé par le fournisseur de services</del>.</li><li><b>c. aucune condition additionnelle ne peut être imposée au consommateur.</b></li></ul>

## G. Résiliation et prolongation du contrat

### 1. Frais de résiliation anticipée – Généralités

73. Contrairement à ce qu'ils ont fait avec d'autres sections du Code sur les services sans fil, les fournisseurs se sont généralement conformés à l'obligation de divulguer le montant des frais de résiliation anticipée et le montant de réduction mensuel de ces frais. Des efforts supplémentaires pourraient tout de même être faits, dans certains cas, pour clarifier les explications offertes aux consommateurs. Et ce, plus particulièrement pour les modèles d'amortissement qui ne sont pas linéaires. Les explications peuvent être encore plus confondantes lorsqu'elles utilisent des termes qui ne permettent pas au consommateur de comprendre facilement qu'il s'agit de frais de résiliation liés à la valeur de l'appareil qui est payé en cours de contrat. Le fait de présenter comme un « rabais » le montant qui est payé au fil du contrat est décidément trompeur et n'aide en rien le consommateur à comprendre pourquoi des frais de résiliation seraient applicables et le mode de calcul de ces frais.
74. Les consommateurs qui ont participé au sondage financé par le CRTC ont beau dire qu'ils considèrent majoritairement que les explications relatives à la résiliation sont claires, certains extraits de contrats que nous avons étudiés parlent par eux même.
75. Cet extrait d'un contrat de Koodo, qui présente le concept de « Solde de la balance » en est un bon exemple :



<b>Coût de votre téléphone :</b>	
Prix de détail intégral :	<b>500,00 \$</b>
Solde initial de la Balance :	<b>-300,00</b>
Coût de votre téléphone :	<b>200,00 \$</b>
<b>Solde de votre Balance :</b>	
Nouveau solde de votre Balance :	<b>-300,00</b>
Période max. pour le remb. de la Balance :	<b>24 mois</b>
Réduction moyenne minimale de la Balance :	<b>12,50 \$</b>
Grâce à cette réduction mensuelle, le solde de votre balance sera ramené à zéro au plus tard le [date de début + 24 mois].	

76. En quoi consiste la « réduction moyenne minimale de la balance »? Pourquoi ne pas avoir indiqué, dans l'espace prévu à cette fin, la date plutôt qu'une formule?
77. Les modèles d'amortissement linéaire ne font pas nécessairement mieux en termes de clarté, comme le montre cet extrait d'un contrat de Fido qui insiste à répétition sur la *recupération des économies ou des économies additionnelles*, qui ne comprennent pas *le rabais additionnel offert par le représentant*:

Le montant du Bénéfice économique total est déduit du prix sans abonnement de Fido afin de déterminer le coût suggéré de l'appareil de Rogers. Le coût de l'appareil ne comprend pas les rabais additionnels offerts par le représentant des ventes en magasin.

---

**BÉNÉFICE ÉCONOMIQUE**  
Seule la valeur du bénéfice économique (comme défini ci-dessous) servira au calcul des frais de récupération des économies réalisées sur l'appareil et des frais de récupération des économies additionnelles réalisées sur l'appareil, conformément aux dispositions qui suivent.

Bénéfice économique	<b>200,00 \$</b>
Frais de récupération des économies maximales réalisées sur l'appareil/frais de récupération des économies additionnelles réalisées sur l'appareil	<b>200,00 \$</b>
Les frais de récupération des économies réalisées sur l'appareil et les frais de récupération des économies additionnelles réalisées sur l'appareil diminueront chaque mois au cours de votre abonnement à durée terminée	<b>8,33 \$</b>

Vous n'aurez plus à payer de frais de récupération des économies réalisées sur l'appareil et de frais de récupération des économies additionnelles réalisées sur l'appareil à la date de fin de votre abonnement à durée déterminée.

---

78. D'autres fournisseurs sont un peu moins cruels au plan de la terminologie et évitent de trouver ou d'utiliser des surnoms outrageusement compliqués ou trompeurs.
79. Bien que nous soyons conscients que le Conseil ne souhaiterait vraisemblablement pas imposer un modèle de texte d'explication des frais uniforme à l'ensemble de l'industrie, il devrait tout de même, à notre avis, songer à publier une politique de clarification, qui pourrait suggérer certaines formulations modèles et formulations à proscrire. Cela pourrait avoir pour effet non seulement de rendre le contrat plus compréhensible pour les consommateurs, mais aussi de faciliter la tâche à l'industrie, et même d'alléger les ententes. Des explications plus brèves et plus efficaces laisseraient plus de place pour les autres renseignements à inclure aux contrats.
80. Dans un autre ordre d'idées, bien qu'il ne s'agisse pas de frais de résiliation anticipée à proprement parler, nous nous questionnons sur la légitimité de la pratique qui consiste à porter un solde positif au compte du consommateur une fois l'appareil entièrement remboursé. Tel que nous l'avons indiqué à notre rapport, nous ne nous opposons certes pas aux rabais consentis aux consommateurs. Nous considérons toutefois que ces derniers devraient être informés de cette pratique, une fois leur appareil payé, et devraient avoir la possibilité de ne pas y souscrire et d'avoir plutôt une réduction sur le montant de leur mensualité à défaut de quoi il s'agit, ni plus ni moins, d'une nouvelle barrière à la mobilité.

#### **4. Période d'essai**

81. Il s'agit à notre avis d'une des mesures phares du Code. Elle donne la possibilité au consommateur d'éviter les frais de résiliation anticipée et autres pénalités en cas de changement d'avis. Une mesure qui permettra enfin aux consommateurs de prendre connaissance de leurs obligations et d'y mettre un terme si elles ne correspondent pas à

ce qu'ils croyaient, sans conséquence économique désastreuse. Et, idéalement, de prendre connaissance aussi du type de service qui est réellement offert par le fournisseur, de l'évaluer sur pièce et de le refuser sans pénalité excessive.

82. Hélas, cette mesure semble méconnue des consommateurs et peu s'en prévalent. Notre étude terrain nous a permis de constater que les renseignements sur la période d'essai peuvent se trouver enfouis dans le contrat dans des endroits qui peuvent dissuader la prise de connaissance par le consommateur. Les fournisseurs ne font pas systématiquement de divulgation de ce droit à la conclusion du contrat.
83. Autre problème : les limites très restrictives, qui pourront empêcher le consommateur d'évaluer réellement le service. Les limites d'usage imposées par les fournisseurs sont extrêmement basses et ne correspondent pas à l'usage normal que fera un consommateur de son service, même pour quelques jours seulement. Les périodes d'essai chez les fournisseurs qui ont fait l'objet de notre étude comprennent le plus souvent des limites assez basses, autour de 30 minutes d'appel téléphonique et, souvent, à peine 50 mégaoctets de données (parfois 50 textos). Mais nous avons vu à l'occasion des limites plus élevées : 250 MO de données et 100 minutes de voix chez Sasktel. Une preuve en soi que les limites n'ont pas à être excessivement basses sous prétexte d'éviter l'usure prématurée des appareils ou des abus de la part des consommateurs.
84. Comme les fournisseurs, laissés à eux-mêmes, ne semblent pas vouloir favoriser cette option, sa mise en évidence ainsi qu'un seuil raisonnable pourraient être imposées par le Conseil. Comme le consommateur doit ramener l'appareil dans un délai de 15 jours, l'usage minimal pourrait correspondre à la moitié de l'usage prévu à son forfait, ce qui correspond logiquement à l'utilisation qu'aurait fait le consommateur. Une entrave majeure serait ainsi levée à l'utilisation de cette option, puisque les dépassements des limites, mêmes minimales, servent de motifs aux fournisseurs pour refuser de mettre fin au contrat, même à l'intérieur des 15 jours, un délai qui est déjà en soi fort court.
85. Nous avons constaté à l'occasion au contrat que des frais de restockage de l'appareil pourront être imposés au consommateur qui se prévaut de la période d'essai. De plus, le remboursement pour la proportion du service, la carte SIM ou les frais d'activation, par exemple, ne semblent pas assurés sur le marché. Si le consommateur a respecté les conditions restrictives liées à ce droit, il serait juste que ce soit à coût nul et que les frais qu'il aurait encourus lui soient remboursés.
86. Pire encore, et ce qui constitue certainement un problème de conformité : limiter au contrat le nombre d'appareils pouvant être remboursés<sup>21</sup>. Il s'agit à notre avis d'une pratique qui n'a aucune raison d'être et qui constitue une grave pénalité pour les utilisateurs d'abonnement familiaux. Les pénalités sont pourtant interdites au Code.
87. Autre problème : les interrogatoires. On peut comprendre l'intérêt du fournisseur de retenir le client qui veut résilier son contrat ; toutefois, les démarches du consommateur qui désire mettre fin au contrat ou au cours de la période d'essai ne devraient pas avoir

---

<sup>21</sup> Une condition remarquée dans les contrats de Bell et Virgin.

pour effet de permettre au fournisseur de tenter de le décourager d'utiliser une option que lui permet le Code, et il devrait toujours être traité de manière courtoise. Un rappel qui devrait être fait, selon nous, au personnel de première ligne des fournisseurs. S'il respecte les limites d'usage, le consommateur devrait aussi avoir le droit de se prévaloir de ce droit sans avoir à fournir quelque forme de justification.

88. En somme, comme il est primordial pour que le consommateur puisse se prévaloir de cette garantie et qu'il ait les moyens d'en être informé rapidement, il serait souhaitable, comme nous l'avons indiqué plus haut, que la période d'essai fasse l'objet d'une divulgation au résumé des renseignements essentiels et par le vendeur lors de la conclusion du contrat.

#### 4. Période d'essai

(i) Lorsqu'un client consent à un contrat qui prévoit des frais de résiliation anticipée, le fournisseur de services doit offrir au client une période d'essai d'au moins 15 jours civils pour lui permettre de vérifier si le service répond à ses besoins.

(ii) La période d'essai doit commencer le jour du début du service.

(iii) Le fournisseur de services peut imposer des limites raisonnables associées à l'utilisation des services vocaux, de messagerie texte et de données au cours de la période d'essai. **Ces limites doivent correspondre au moins à la moitié de l'usage permis dans le cadre du forfait choisi par le consommateur.**

(iv) Au cours de la période d'essai, le client peut résilier son contrat sans **aucuns frais** ~~payer de pénalité ou de frais de résiliation anticipée~~ si :

a. il n'a pas dépassé les limites d'utilisation permises;

b. il retourne ~~l'appareil~~ **le ou les appareils fourni(s)** par le fournisseur de services **dans le cadre du contrat** en état presque neuf, avec son **(leur)** emballage original.

**c. aucune condition additionnelle ne peut être imposée au consommateur**

**d. la période d'essai et ses limites doivent faire l'objet d'une divulgation à la conclusion du contrat.**

(v) Si un client s'auto-identifie comme une personne handicapée, le fournisseur de services doit prolonger la période d'essai à au moins 30 jours civils et doubler au minimum les montants d'utilisation prévus par le fournisseur de services pendant cette période.

## **6. Prolongation du contrat**

89. Nous n'avons pas de commentaires qui justifieraient des modifications au Code sur la section G6. En revanche, nous avons constaté dans le cadre de notre recherche que les renseignements au sujet des conséquences du changement d'appareil sur le contrat ne sont pas toujours divulgués au contrat, ou que les divulgations ne sont pas toujours claires ou définies. Nous invitons le Conseil à consulter notre recherche en annexe pour plus de renseignements et à entreprendre les démarches nécessaires pour assurer que le marché se conforme à ses obligations.

## **H. Dépôt de garantie**

90. Nous n'avons trouvé lors de notre étude sur le Code aucun contrat qui exigeait spécifiquement un dépôt. Nous avons cependant trouvé plusieurs mentions relatives aux conditions de retour de dépôt dans certains contrats étudiés. Nous avons notamment constaté que certains fournisseurs indiqueront que le retour du dépôt sera fait au moyen d'un crédit sur le service. Nous sommes loin d'être convaincu qu'il s'agit de l'avenue préférable pour tous les consommateurs. Nous espérons que ceux qui auront droit au remboursement d'un dépôt suite à une résiliation pourront véritablement recevoir leur dépôt indexé, en argent, avec le taux d'intérêt de la banque du Canada.

## **Sensibilisation des consommateurs au Code sur les services sans fil**

---

91. Les sondages menés par le CRTC semblent démontrer que, plus on s'éloigne de la date d'entrée en vigueur du Code, moins les consommateurs semblent être informés au sujet de l'existence du Code sur les services sans fil.

92. Bien qu'il soit pertinent que les consommateurs soient informés de leur droit, le fait que plusieurs consommateurs continuent de ne pas connaître le Code ou que quelques-uns pourraient avoir oublié son existence n'est ni surprenant, ni inquiétant en soi. Les consommateurs sont constamment bombardés d'information, et il est normal qu'ils ne retiennent pas tous les renseignements qui leur sont transmis par les médias ou par d'autres moyens.

93. Il est à notre avis utopique de penser que tous les consommateurs devraient connaître l'existence du Code. Les citoyens ne connaissent pas sur le bout de leurs doigts toutes les lois, directives ou recours qui leur permettraient de protéger leurs droits ou de les faire valoir, et ils n'ont souvent ni le temps, ni les habiletés pour les interpréter correctement. Les consommateurs ne sont pas, et ne devraient pas avoir à être, des citoyens-avocats. Plusieurs organismes ont comme mandat de protéger leurs intérêts et d'agir lorsque leurs droits ne sont pas respectés. Le CPRST applique le Code de manière exemplaire dans le cadre du traitement des plaintes. Et c'est justement le bout d'information qui devrait, à notre avis, être le plus important pour les consommateurs. Non pas de connaître l'ensemble des lois et réglementations les protégeant, mais connaître plutôt les ressources qui peuvent les aider à protéger leurs intérêts, ne pas céder à l'inertie et avoir le réflexe de s'adresser à ces ressources lorsqu'ils rencontrent

un problème avec leur fournisseur, et ne pas hésiter à mentionner ces ressources aux fournisseurs lors de leurs négociations avec eux. Les sondages du CRTC l'ont démontré année après année : les consommateurs qui connaissent leurs recours au CPRST sont davantage satisfaits du traitement de leurs plaintes<sup>22</sup>. Bien qu'il ne s'agisse que de renseignements anecdotiques, c'est aussi l'impression que nous avons eu sur le terrain. Le dépôt d'une plainte au CPRST incite des fournisseurs à offrir des solutions beaucoup plus intéressantes aux consommateurs. De plus, une fois la plainte déposée au CPRST, leur plainte est régulièrement traitée de manière expéditive.

94. Pour toutes ces raisons, le plus grand problème continue à notre avis d'être le manque de visibilité du CPRST. Plutôt que de dépenser des ressources à promouvoir le Code, le Conseil devrait veiller à ce que la promotion du CPRST soit adéquate, et ce, dans les plus brefs délais. Il ne revient pas seulement au CPRST d'assurer sa propre promotion. Les fournisseurs ont aussi des responsabilités et les données présentées dans le cadre des consultations sur la révision du CPRST semblent indiquer, d'ailleurs, que les fournisseurs sont loin de toujours faire leurs devoirs de façon exemplaire. Nous espérons sincèrement que ce problème sera réglé dans les plus brefs délais. Le CRTC et les groupes de défense des droits des consommateurs ont également un rôle à jouer et devraient faire tout ce qui est en leur pouvoir pour assurer que le CPRST est connu par les consommateurs. Nous (UC et ses Acefs membres) transmettons régulièrement des renseignements à son sujet aux consommateurs qui rencontrent des problèmes. Mais nos ressources sont limitées et un gros coup de pouce est requis, au Québec, pour que la connaissance du CPRST et le recours à ses services fasse partie des mœurs.

## **Futures méthodes d'évaluation du Code**

---

95. Dans la mesure où le présent examen sera exécuté de manière adéquate et que les parties sont libres de déposer des requêtes au Conseil pour soulever des points relatifs au Code, nous ne considérons pas que le prochain examen du Code est urgent.
96. Nous trouvons un peu irritant d'avoir à formuler des commentaires sur la future révision du Code alors que des problèmes de conformité continuent de se produire à grande échelle. À notre avis, la priorité du Conseil devrait être d'assurer une application plus systématique du Code et ses ressources à court terme devraient être allouées à cette fin. Bien que le CPRST fasse un excellent travail en vue de faire respecter le Code dans le cadre des contrats de consommateurs qui porteront plainte, nous avons l'impression que davantage de travail pourrait être fait pour régler certains problèmes systémiques. Par exemple, les interprétations alambiquées du Code concernant notamment le déverrouillage des appareils ou les plafonds de frais excédentaires sont des problèmes qui pourraient immédiatement être réglés simplement avec une enquête de conformité efficace.

---

<sup>22</sup> Sondage 2015 p. 24 <http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgs-c-tps-gc/por-ef/crtc/2015/044-14-f/rapport.pdf> et sondage 2016 p. 11 <http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgs-c-tps-gc/por-ef/crtc/2016/034-15-f/rapport.pdf>

97. Nos enquêtes terrain nous ont été extrêmement utiles pour évaluer le respect de leurs obligations par les fournisseurs. Soulignons toutefois que cette enquête n'aurait pu être effectuée sans un financement ciblé adéquat. Les groupes de consommateurs peuvent souligner des problèmes sporadiques, mais ils ne peuvent être les acteurs chargés de l'application des lois ou d'un vaste examen de conformité. Soulignons aussi qu'il s'agit d'un travail qui devrait être fait en continu.
98. Nous recommandons au Conseil de faire (ou de veiller à ce que soient faites) des évaluations de conformité, non pas avec des demandes de renseignements formelles aux fournisseurs, mais au moyen d'enquêtes terrain qui examineront les étapes de conclusion des contrats et qui évalueront la qualité et la conformité des contrats qui sont transmis. Il s'agit à notre avis de la manière la plus sûre d'avoir accès à des renseignements authentiques sur l'état de conformité du marché.
99. Bien qu'il ne s'agisse pas, hélas, d'une question qui puisse être traitée dans le cadre des présentes consultations, nous serions ravis que le Conseil lève le voile sur les pouvoirs qui lui ont été accordés d'imposer des sanctions pécuniaires et qu'il clarifie de quelle manière il compte les utiliser pour assurer la conformité de ses réglementations, et notamment la conformité au Code sur les services sans fil.
100. La manière dont les fournisseurs se sont comportés et ont abusé de certaines sources d'ambiguïté ou des silences du Code sont à notre avis un signe qu'on ne peut définitivement pas se fier au libre jeu du marché pour assurer que le Code soit toujours interprété à l'avantage des consommateurs, quoi que dicte la politique réglementaire de télécommunications 2013-271.
101. En somme, bien que le présent exercice de révision sera vraisemblablement utile pour améliorer la conformité générale des fournisseurs au Code, nous espérons que le CRTC prévoira des ressources terrains et continues pour en vérifier la conformité au fil de temps et qu'il utilisera les pouvoirs dont il dispose pour régler le plus rapidement possible les transgressions au Code.

## Conclusion

---

102. UC se réjouit que le Conseil amorce aussi rapidement sa révision du Code sur les services sans fil. C'est l'occasion ou jamais de rectifier le tir afin de maximiser son efficacité.
103. Nous nous sommes butés, dans le cadre de nos recherches terrain, à ce qui semble être des problèmes de conformité. Nous espérons que le Conseil profitera des présentes consultations pour interroger les fournisseurs sur les moyens qu'ils comptent employer pour régler ces transgressions.
104. Les plus grands problèmes de conformité et d'interprétation qu'il nous a été donné de remarquer concernent notamment : la clarté des documents. Sur leur forme : tous les contrats et les annexes devraient être transmis à la conclusion de l'entente en format

non modifiable et ne devraient pas contenir de renseignements sur des services qui ne sont pas ceux qui font partie de l'entente conclue par le consommateur. Ce problème est encore plus criant pour les services sans fil prépayés. Sur le plan du contenu, les explications sur les frais de résiliation anticipée méritent beaucoup de travail et le Conseil pourrait publier des bulletins d'information sur les manières de rendre les explications plus épurées et plus limpides.

105. Les services annoncés comme étant illimités ne devraient prévoir aucune limite. Si des limites sont malgré tout autorisées aux services illimités, leur dépassement ne devrait pas entraîner l'interruption du service ou des ralentissements qui équivalent à une interruption. Les limites et les conséquences du dépassement devraient aussi être indiquées au contrat et non seulement en annexe.
106. Les frais d'utilisation excédentaire sont des renseignements importants qui devraient systématiquement se trouver au contrat. Le contrat ne devrait pas inclure de références à des documents qui ne font pas partie des annexes transmises au consommateur, et le contenu pertinent de ces annexes devrait d'ailleurs être expressément porté à l'attention des consommateurs pour leur être opposable.
107. Le Conseil devrait s'assurer que les résumés des renseignements essentiels soient conformes aux exigences du Code, tant sur le plan du contenu que de la forme. Il pourrait envisager de publier des bulletins d'information à ce sujet.
108. La suspension des frais de données excédentaires n'est pas adéquatement implantée, en particulier en ce qui a trait à l'obtention du consentement du consommateur à un usage excédentaire.
109. Les obligations de déverrouillage ont fait l'objet d'abus et devraient faire l'objet d'enquête et d'intervention du Conseil. Devant toutes les manières trouvées par les fournisseurs pour minimiser l'effet de cette obligation de déverrouillage, le Conseil devrait peut-être songer à interdire le verrouillage une fois pour toute et/ou obliger les fournisseurs à offrir le déverrouillage sans frais.
110. La période d'essai devrait être mieux publicisée et les limites qui l'accompagnent devraient être moins restrictives.
111. Le Conseil devrait rétablir l'équilibre des droits entre les consommateurs des services postpayés et prépayés. Ces derniers ne sont pas nécessairement dépassés parce que moins populaires.
112. Plutôt que d'assurer la sensibilisation des consommateurs au Code, le CRTC devrait mettre tous ses efforts dans la promotion du CPRST.
113. Le Conseil devrait également mettre en place des mécanismes stricts d'enquête de conformité et imposer des sanctions pécuniaires en vue d'assurer une application adéquate de cette pierre angulaire de la protection des consommateurs.

114. Union des consommateurs souhaite comparaître à l'audience publique du Conseil.

\*\*\*Fin de document\*\*\*

# LE CODE SUR LES SERVICES SANS FIL : à qui la victoire?

Rapport final du projet  
présenté au Bureau de la consommation  
d'Industrie Canada



Juin 2015

Rapport publié par :



6226, rue Saint-Hubert  
Montréal (Québec) H2S 2M2

Téléphone : 514 521-6820  
Sans frais : 1 888 521-6820  
Télécopieur : 514 521-0736

[info@uniondesconsommateurs.ca](mailto:info@uniondesconsommateurs.ca)  
[www.uniondesconsommateurs.ca](http://www.uniondesconsommateurs.ca)

#### Membres d'Union des consommateurs

ACEF Appalaches-Beauce-Etchemins  
ACEF de l'Est de Montréal  
ACEF de l'Île Jésus  
ACEF du Grand-Portage  
ACEF du Nord de Montréal  
ACEF Estrie  
ACEF Lanaudière  
ACEF Montérégie-est  
ACEF Rive-Sud de Québec  
ACQC  
Membres individuels

#### Rédaction du rapport

– Sophy Lambert-Racine

#### Direction de rédaction

– Me Marcel Boucher

ISBN : 978-2-923405-61-2



Union des consommateurs est membre de  
l'Organisation internationale des consommateurs (CI),  
une fédération regroupant 220 membres en provenance de 115 pays.

*L'usage du masculin, dans ce rapport, a valeur d'épicène.*

*Union des consommateurs a reçu du 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.*

Union des consommateurs received funding from Industry Canada's Contributions Program for Non-profit Consumer and Voluntary Organisations. The views expressed in the report are not necessarily those of Industry Canada or the Government of Canada.

© Union des consommateurs — 2015

## Table des matières

---

<b>UNION DES CONSOMMATEURS, la force d'un réseau.....</b>	<b>5</b>
<b>1. INTRODUCTION.....</b>	<b>6</b>
<b>2. LES SERVICES SANS FIL : UN ÉTAT DES LIEUX .....</b>	<b>10</b>
2.1 Des services utiles .....	10
2.2 Utiles, mais dispendieux.....	13
2.3 ...et l'objet de l'ire des consommateurs .....	17
2.4 Rappel chronologique : la mise en œuvre de remèdes .....	20
2.4.1 Changements par les législateurs provinciaux.....	20
2.4.2 Mesures fédérales.....	24
2.5 Le code sur les services sans fil .....	26
2.5.1 Rappel chronologique.....	26
2.5.2 Faits saillants des débats .....	29
2.5.3 Annonce du Code.....	31
2.5.4 Et après... ..	32
<b>3. LES EFFETS DU CODE .....</b>	<b>36</b>
3.1 <b>Méthodologie.....</b>	<b>38</b>
3.1.1 Précisions et limites méthodologiques .....	39
3.1.2 Analyse, point par point.....	40
3.2 <b>Résultats de l'analyse .....</b>	<b>41</b>
a) Clarté et langage simple .....	41
b) A Clarté (A1. langage simple).....	41
c) A Clarté (A3. Services illimités) .....	44
d) B 1. iv contrats et documents connexes (Principales modalités et autres aspects du contrat) .....	49
e) C1 Résumé des renseignements essentiels .....	61
f) E1, 2 et 3 : Avis d'itinérance internationale, limite associée aux frais d'itinérance et frais excédentaires de données .....	67
g) F1 Déverrouillage .....	73
h) G2 et G 3 Frais de résiliation anticipée .....	77
i) G4 Période d'essai .....	87
j) G6 Prolongation du contrat.....	91
k) H1 Dépôt de garantie .....	95

<b>4.</b>	<b>POINT DE VUE DES INTERVENANTS .....</b>	<b>99</b>
<b>4.1</b>	<b>Les effets du code... ..</b>	<b>100</b>
4.4.1	Sur la clarté de l'information .....	100
4.4.2	Sur les pratiques commerciales.....	102
4.4.3	Les succès .....	104
4.4.4	Les échecs .....	105
4.4.5	Sur les frais de résiliation.....	106
4.4.6	L'épineuse question des hyperliens comme clause externe .....	106
4.4.7	Protection des consommateurs et services sans fil : quelques suggestions .....	109
<b>5.</b>	<b>CONCLUSION .....</b>	<b>111</b>
<b>6.</b>	<b>RECOMMANDATIONS.....</b>	<b>114</b>
	<b>MÉDIAGRAPHIE .....</b>	<b>120</b>
	<b>ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRES TRANSMIS AUX PARTICIPANTS .....</b>	<b>125</b>

## **Union des consommateurs, la force d'un réseau**

---

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe plusieurs Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC) ainsi que des membres individuels.

La mission de l'organisme est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Ses interventions s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure d'Union des consommateurs lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face; ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

Nous agissons principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques, réglementaires ou judiciaires et sur la place publique. Parmi nos dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'inforoute, la santé, l'alimentation et les biotechnologies, les produits et services financiers, les pratiques commerciales, ainsi que les politiques sociales et fiscales.

Finalement, dans le contexte de la globalisation des marchés, Union des consommateurs travaille en collaboration avec plusieurs groupes de consommateurs du Canada anglais et de l'étranger. Elle est membre de l'*Organisation internationale des consommateurs* (OI), organisme reconnu notamment par les Nations Unies.

## 1. Introduction

---

Quiconque ouvre l'œil dans les lieux publics ne pourra s'empêcher de remarquer la quantité phénoménale de passants qui ont les yeux rivés sur leur écran de téléphone portable, occupés à fureter sur les réseaux sociaux, à lire les manchettes, à composer un message texte, ou à regarder la vidéo virale du jour. D'autres, des écouteurs branchés à leur appareil, écoutent de la musique, ou semblent se parler à eux-mêmes à voix haute...

Il ne fait aucun doute que l'usage des téléphones cellulaires s'est grandement démocratisé au fil de la dernière décennie ; la majorité des consommateurs canadiens possèdent désormais un tel appareil<sup>1</sup>, qui, pour plusieurs, constitue évidemment beaucoup plus qu'une simple manière de communiquer lors des déplacements. Les services sans fil peuvent désormais remplacer tout un ensemble de services filaires, plusieurs ne dépendant maintenant que de leur téléphone portable pour faire des appels téléphoniques, et même, dans certains cas, pour avoir accès au Web.

Sans même vouloir débattre de l'épineux sujet de l'état de la concurrence dans ce secteur, il va sans dire que les services sans fil constituent la bête noire des consommateurs, si l'on s'en fie aux nombreuses plaintes qu'ils ont à formuler: erreur sur les factures ou quiproquos liés au contrat...

Ne nommer que quelques-uns des sujets de plaintes qui ont fait couler beaucoup d'encre au cours des dernières années signale déjà l'ampleur du problème : frais de résiliation exorbitants, obligation pour le consommateur de fournir un préavis de 30 jours avant la résiliation effective du contrat, renouvellement automatique des contrats à durée déterminée, verrouillage systématique des appareils, frais de données mobiles et d'itinérance dans les quatre ou cinq chiffres, etc.

Les sources de plaintes dans le secteur des services sans fil sont si nombreuses que plusieurs instances gouvernementales sont successivement intervenues en vue d'encadrer certaines des pratiques commerciales des fournisseurs de services sans fil. En effet, plusieurs modifications législatives et réglementaires ont eu des effets d'abord exclusivement sur les nombreux problèmes contractuels, qu'il s'agisse de mieux encadrer l'information offerte au consommateur avant et au moment de la conclusion du contrat, ou d'interdire certaines pratiques de commerce jugées abusives.

---

<sup>1</sup> En 2013, le nombre d'abonnés aux services sans fil atteignent 28,4 millions. **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**. *Rapport de surveillance des communications 2014*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, octobre 2014, 326 pages. Voir page V.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2014/cmr.pdf> (document consulté le 29 avril 2015).

Ces encadrements ont d'abord été imposés par différentes provinces, mais le débat s'est rapidement transporté au fédéral. En effet, le CRTC a terminé en 2013 une vaste consultation – qui a attiré plus de 5000 intervenants – en vue d'encadrer les pratiques dans les secteurs des services sans fil. Cette consultation avait pour objet « *d'assurer que les consommateurs sont en mesure de participer de manière informée et efficace dans le marché concurrentiel, et afin de remplir les objectifs de la politique canadienne de télécommunication* ». Pour ce faire, le Conseil a déterminé qu'il y avait lieu « *d'élaborer un code obligatoire pour assurer la clarté et encadrer le contenu des contrats de services sans fil mobiles*<sup>2</sup>. »

Ainsi, comme l'auront fait différents gouvernements provinciaux avant lui, le CRTC s'est attaqué à l'épineuse question de la réglementation des contrats de services sans fil, dans le but d'assurer que l'information offerte aux consommateurs est claire et en vue d'assainir les pratiques du marché. Cependant, à la différence des provinces qui ont compétence en matière contractuelle, la compétence exclusive du Conseil en matière de réglementation des télécommunications lui a permis d'intervenir sur un ensemble de pratiques qui dépasse les seules questions de la forme et du contenu des contrats. Il s'est également attaqué à d'autres problèmes pour lesquels aucun encadrement n'était prévu jusqu'à ce jour : notamment la question des factures surprise (*bill shocks*) qu'entraîne le dépassement des limites d'usage imposées par les fournisseurs. Le Conseil a aussi imposé certaines mesures destinées à faciliter la mobilité des consommateurs, réduisant la durée des contrats, obligeant les fournisseurs à offrir le déverrouillage des appareils ainsi que des périodes d'essai pendant lesquelles les consommateurs peuvent se départir de leur contrat (et retourner, le cas échéant leur appareil) sans payer de frais de résiliation.

Ces changements, qualifiés notamment, selon les commentateurs, de « nouvelle ère<sup>3</sup> », de « soulagement du portefeuille<sup>4</sup> » ou de « petites avancées<sup>5</sup> », ont fait couler beaucoup d'encre : l'arrivée d'un Code sur les services sans fil signalait l'entrée en vigueur d'un encadrement serré qui allait toucher le plus grand nombre d'utilisateurs d'appareils mobiles à travers le pays, puisqu'il est applicable dans toutes les provinces, y compris dans celles qui s'étaient abstenues de légiférer dans ce secteur.

---

<sup>2</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** Décision de télécom 2012-556 : *Décision sur l'instance visant à déterminer si les conditions dans le marché du sans-fil mobile ont suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil à l'égard des services sans fil mobiles*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 11 octobre 2012. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-556.htm> (page consultée le 29 avril 2014).

<sup>3</sup> **AUGER, Samuel.** *L'industrie du cellulaire: mutation et prix à la hausse*, Le Soleil, Québec, Canada, 5 octobre 2013. <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/consommation/201310/05/01-4696773-lindustrie-du-cellulaire-mutation-et-prix-a-la-hausse.php> (page consultée le 29 avril 2015).

<sup>4</sup> **NOWAK, Peter.** *New wireless code could hike smartphone price*, CBC News, CBC, Montréal, Québec, Canada, 4 juin 2013 <http://www.cbc.ca/news/technology/new-wireless-code-could-hike-smartphone-price-1.1373880> (page consultée le 29 avril 2015).

<sup>5</sup> **DESJARDINS, François.** *Téléphonie sans fil - Le CRTC sonne le glas des contrats de trois ans*, Le Devoir, Montréal, Québec, Canada, 4 juin 2013. <http://www.ledevoir.com/economie/actualites-economiques/379787/le-crtc-sonne-le-glas-des-contrats-de-trois-ans> (page consultée le 29 avril 2015).

Cependant, quoique les réactions aient d'abord été généralement positives, des préoccupations au sujet du Code se sont fait entendre dans les mois qui ont suivi son entrée en vigueur, qui portaient notamment sur l'impact du Code sur la durée des contrats, les prix des forfaits et les frais de résiliation<sup>6</sup>. Finalement, le Code a été à la fois encensé et critiqué aussi bien par les consommateurs que par les fournisseurs. Évidemment, puisque les décisions portant sur le Code ont réaffirmé le caractère « concurrentiel » des services sans fil, les tarifs imposés dans ce secteur restent déréglementés, et donc, à l'entière discrétion, ou presque, de l'industrie.

Malgré les critiques sur les choix faits par le CRTC sur ce qui devait (ou non) être réglementé dans le secteur des services sans fil, il est indéniable que le Code a apporté de nombreux changements sur le marché canadien, ne serait-ce qu'en uniformisant, au moins partiellement, les obligations relatives au contrat à travers le pays et en limitant les dégâts liés aux factures surprises. On peut toutefois se questionner sur l'efficacité de certaines mesures. Par exemple, bien que les fournisseurs soient maintenant obligés d'offrir des services de déverrouillage, ces frais restent inexplicablement élevés (ils sont rarement offerts en deçà de 50 \$) ; les frais excédentaires causés par les données mobiles sont plafonnés, mais pas ceux qui sont occasionnés par les minutes ou les messages textes ; des périodes d'essai ont beau être offertes aux consommateurs, elles ne sont pas toujours publicisées de manière adéquate ; etc.

Un état des lieux s'impose. En effet, dans une tentative d'éviter de porter atteinte au libre jeu du marché et pour répondre aux préoccupations exprimées par toutes les parties – incluant les fournisseurs de services – dans le cadre des consultations à ce sujet, force est de constater que plusieurs obligations au Code ont été conçues de sorte qu'elles permettent un éventail de pratiques à l'industrie lorsque vient le temps de les mettre en œuvre. Ces différentes pratiques reflètent-elles adéquatement les objectifs réels poursuivis par ce code de conduite. Y a-t-il des failles dans la version actuelle du Code sur les services sans fil qui l'empêchent d'atteindre tous ses buts? Le Code protège-t-il adéquatement les consommateurs contre les pratiques commerciales qui ont fait l'objet de doléances lors des consultations ? Qu'en pensent les acteurs de l'industrie et les experts ? Au final, les consommateurs sont-ils sortis vainqueurs de cette lutte contre les pratiques indésirables des fournisseurs?

Au moyen de notre revue de littérature, nous identifierons les principales sources de plaintes des consommateurs au sujet des services sans fil au fil des ans. Nous survolerons ensuite l'ensemble des mesures mises en place par les autorités provinciales et fédérales pour pallier ces problèmes. Nous étudierons ensuite les arguments qui ont mené à l'élaboration du Code sur les services sans fil par le CRTC, identifierons les principaux débats qui ont enflammé les consultations, identifierons les priorités mises de l'avant par le Conseil et terminerons avec un survol des réactions suite au dévoilement et à l'entrée en vigueur du Code.

---

<sup>6</sup> Voir notamment

**CBC NEWS**, *Wireless carriers hike prices across Canada*, CBC, Montréal, Québec, Canada, 17 mars 2014, <http://www.cbc.ca/news/business/wireless-carriers-hike-prices-across-canada-1.2575886> et

**DORBY, Christine**. *Cellphone carriers lose court challenge over CRTC wireless code*, The Globe and Mail, Toronto, Ontario, Canada, 19 mai 2015. <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/wireless-carriers-lose-legal-challenge-of-new-wireless-code/article24501657/> (pages consultées le 20 mai 2015).

Par la suite, nous procéderons à une analyse détaillée de plusieurs articles du Code, en particulier ceux qui allouent une certaine souplesse d'application à l'industrie. Nous analyserons, article par article, la signification propre de ces obligations au Code et leurs objectifs, soulignerons les sources d'ambiguïtés ou de flexibilité, selon les cas, dans les textes adoptés, et recenserons en parallèle la manière dont un ensemble de fournisseurs canadiens s'y sont conformés. Nous soulignerons les bons et les mauvais coups que nous aurons identifiés au moyen de cette analyse.

Nous avons soumis quelques-uns des faits saillants de cette analyse aux interlocuteurs qui ont participé à l'élaboration du Code sur les services sans fil, et les avons interrogés sur leur perspective sur l'impact du Code. Nous rapporterons les avis reçus. Nous terminerons finalement avec un ensemble de conclusions et recommandations. Au final, nous mettrons en perspective les avancées en matière de protections pour les consommateurs que le Code a rendues possibles et les nombreuses étapes qu'il reste à franchir pour assainir davantage les pratiques commerciales et la clarté des contrats, de sorte que les réglementations mises en place par le Conseil pour réduire les doléances dans ce secteur apportent réellement tous les effets recherchés par le tribunal administratif.

## 2. Les services sans fil : un état des lieux

---

### 2.1 Des services utiles

La presque totalité des ménages canadiens est abonnée à des services téléphoniques. Selon le CRTC, le taux de pénétration est demeuré relativement stable, à plus de 99 % depuis 2008. En 10 ans, le taux de pénétration des services sans fil a de son côté grimpé de 30 points de % (58 %) ; de 51,6 % en 2002, il a atteint 81,4 % en 2012. Les taux de pénétration par provinces ne sont toutefois pas égaux : Il est de 90 % en Alberta, mais de seulement 70,4 % au Québec<sup>7</sup>. Les téléphones intelligents sont adoptés par 62 % des Canadiens<sup>8</sup>.

Si la majorité des usagers dépendent à la fois de service de téléphonie filaire, à la maison, et de services sans fil, le rapport souligne que les consommateurs à faible revenu ont davantage tendance à faire un choix, plutôt que d'être abonné aux deux types de services. On constate également un changement de comportement chez les consommateurs, qui dépendent de moins en moins des services traditionnels et choisissent de plus en plus de se tourner vers les téléphones cellulaires. En effet, alors qu'en 2002, seulement un maigre 1,7 % de la population ne disposait exclusivement que de services sans fil comme moyen de communication téléphonique, ce chiffre a grimpé à 15,7 % en 2012, se rapprochant de plus en plus du taux de ceux ne disposent que de téléphonie filaire, un taux qui s'établit maintenant à 17,8 % (une chute de 62 % en 10 ans). Ce sont les jeunes ménages qui privilégient davantage l'utilisation exclusive du téléphone cellulaire, mais cette tendance gagne aussi légèrement en popularité chez les 55 ans et plus<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> *Op. cit.*, note 1, **CRTC**, *Rapport de surveillance 2014*. Voir pp. 14-15, tableau 2.0.8.

<sup>8</sup> *Id.*, p. 221 graphique 5.5.9.

<sup>9</sup> **STATISTIQUES CANADA**. *Enquête sur le service téléphonique résidentiel*, Statistique Canada Ottawa, Ontario, Canada, 2013. <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/140623/dq140623a-fra.htm> (page consultée le 29 avril 2015).

**Tableau 1**  
**Taux de pénétration des services téléphoniques au Canada**  
**Abonnés des services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages<sup>10</sup>**

Année	Services filaires	Services sans fil mobiles	Services filaires et/ou sans fil mobiles	Filaire seulement	Sans fil mobiles seulement
2002	97,0	51,6	98,7	47,1	1,7
2003	96,3	53,9	98,8	44,9	2,5
2004	96,2	58,9	98,9	40,0	2,7
2005	94,0	s.o.	98,8	s.o.	4,8
2006	93,6	66,8	98,6	31,8	5,0
2007	92,5	71,9	98,8	26,9	6,3
2008	91,1	74,3	99,1	24,8	8,0
2009	89,3	77,2	99,3	22,1	10,0
2010	89,1	78,2	99,3	21,1	10,2
2011	86,5	79,4	99,3	19,9	12,8
2012	83,5	81,4	99,2	17,8	15,7

Sources : Statistique Canada, *Abordabilité (2002-2007)* et *Enquête sur le service téléphonique résidentiel (2008-2012)*

Il faut reconnaître, également, que l'utilité des téléphones cellulaires a grandement évolué au fil des ans. Alors que l'avantage des services sans fil à leurs balbutiements était leur portabilité ; les appareils intelligents qui sont aujourd'hui communément utilisés, en plus d'avoir une portabilité encore plus grande, servent à bien plus que les simples appels vocaux. Selon le rapport de surveillance des communications du CRTC de 2014, une majorité d'utilisateurs se servaient aussi de leur appareil pour envoyer des messages textes (plus de 90 %), accéder à Internet (84 % des anglophones et 77 % des francophones), notamment pour envoyer des courriels (74 % des anglophones et 62 % des francophones) et fréquenter les réseaux sociaux (50 %)<sup>11</sup>. Pour plusieurs, l'usage d'Internet sur les téléphones portables dépasse même maintenant celui des appels vocaux<sup>12</sup>. Ainsi, les services de voix ne représentent plus que 25 % de l'ensemble des revenus des services mobiles<sup>13</sup>.

<sup>10</sup> *Op. cit.*, note 1, CRTC, *Rapport de surveillance 2014*. Voir pp. 14-15, tableau 2.0.8.

<sup>11</sup> *Op. cit.*, note 1, CRTC, *Rapport de surveillance 2014*. Voir p. 224, graphique 5.5.12.

<sup>12</sup> WORTHAM, Jenna. *Cellphones Now Used More for Data Than for Calls*, New York Times, New York, États-Unis, 13 mai 2010. [http://www.nytimes.com/2010/05/14/technology/personaltech/14talk.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2010/05/14/technology/personaltech/14talk.html?_r=0) (page consultée le 29 avril 2015).

<sup>13</sup> *Op. cit.*, note 1, CRTC, *Rapport de surveillance 2014*. Voir p. 223, graphique 5.5.11.

Encore aujourd'hui, à un usage comparable, les services de téléphonie filaire sont généralement plus économiques que les services sans fil, et permettent habituellement de faire des appels locaux sans limites d'usage. Cependant, l'avantage économique des services filaires s'effrite, le prix des services de base augmente depuis quelques années plus rapidement que l'IPC, et les prix ont augmenté de 10 % par rapport à l'année dernière. En 2011, un service filaire de base coûtait 38,99 \$, au Canada, comparativement à 35,70 \$ pour des services sans fil de base<sup>14</sup>.

Comme mentionné précédemment, les services sans fil mobile ont toujours été jugés concurrentiels par le CRTC, qui n'a jamais, jusqu'à présent et sur la foi de cette conclusion, réglementé les tarifs du secteur<sup>15</sup>, tandis que les services filaires, autrefois réglementés sur l'ensemble du territoire (attendu que les fournisseurs s'étaient vu reconnaître des monopoles), ont connu des vagues successives de déréglementation suite au décret du gouvernement fédéral visant à accélérer la déréglementation du secteur<sup>16</sup>. Cependant, les fournisseurs titulaires (c'est-à-dire les anciens monopoles) ont l'obligation d'offrir les services filaires dans les circonscriptions réglementées, ce qui n'est pas le cas pour les services sans fil<sup>17</sup>.

Dans ce contexte de déréglementation (ou d'abstention de réglementation), l'un des postulats réitérés dans la décision menant à l'élaboration du Code est le fait que le marché des services sans fil mobile est soumis à la concurrence. Cependant, il est également intéressant de souligner que bien que la concurrence des services sans fil de détail ne fait pas l'objet de questionnement direct par le CRTC, des consultations ont eu lieu en 2014 suite au fait qu'un des principaux fournisseurs de services sans fil se soit accordé une préférence indue, ce qui mènera prochainement à des réglementations tarifaires des services d'itinérance de gros. Dans la décision de télécom 2015-177, le Conseil reconnaissait notamment que les obstacles à l'entrée sur le marché de détail sont majeurs. Le communiqué annonçant cette décision indique même que «Le CRTC estime que, en vertu des conditions du marché actuel, la concurrence au sein du marché des services sans fil n'est probablement pas viable.»<sup>18</sup>

---

<sup>14</sup> Notons que les services de base comparés sont très différents : 150 minutes d'appels par mois pour le service sans fil contre 400 minutes pour le service filaire.

Voir : **WALL COMMUNICATIONS INC.** *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger*, Ottawa, Ontario, Canada, 31 mars 2014, 96 pages.

<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp140714.pdf> (page consultée le 29 avril 2015).

<sup>15</sup> La première décision à cet effet, rendue en 1994 (décision de télécom 94-15), a été confirmée à plusieurs reprises, la plus récente en 2012 (décision de télécom 2012-556).

<sup>16</sup> *Décret Modifiant La Décision Télécom CRTC 2006-15*, C.P. 2007- 0532, archivé sur le site Internet d'Industrie Canada. <https://www.ic.gc.ca/eic/site/smt-gst.nsf/fra/sf08752.html> (page consultée le 29 avril 2015).

<sup>17</sup> Bien que dans les circonscriptions non réglementées, l'obligation de servir puisse être comblée au moyen de services sans fil.

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Politique réglementaire 2011-291 : obligation de servir et autres questions*. CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 3 mai 2011.

<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2011/2011-291.htm> (page consultée le 29 avril 2015).

<sup>18</sup> **GOVERNEMENT DU CANADA.** *Le CRTC favorise la concurrence viable, l'innovation et l'investissement dans le marché des services sans fil*. Communiqué de presse, Ottawa-Gatineau, Ontario, Canada, 5 mai 2015.

<http://nouvelles.gc.ca/web/article-fr.do?nid=970879> (page consultée le 19 juin 2015).

## 2.2 Utiles, mais dispendieux

Si le Conseil maintient pour l'instant le postulat que les services sans fil de détail au Canada sont concurrentiels, une part importante de consommateurs ne partage vraisemblablement pas le même avis ; il suffit de flâner un peu dans les forums de consommateurs ou de lire les blogues ou les articles de certains chroniqueurs spécialisés, ou commentaires d'articles journalistiques pour voir à quel point le point de vue indiquant que le prix des services sans fil au Canada est trop élevé<sup>19</sup> est plus répandu que celui du CRTC.<sup>20</sup>

Les études comparatives des tarifs des services sans fil ne sont, à vrai dire, jamais élogieuses pour notre pays, qui se situe souvent parmi les pires de l'OCDE lorsqu'il s'agit de comparer les tarifs. Le rapport 2014 de Wall Communications Inc., commandé par le CRTC, a comparé les tarifs des services sans fil du Canada à ceux de sept autres pays de l'OCDE. Le Canada est le pire parmi l'ensemble des pays étudiés pour ce qui est des services de base (premier niveau de consommation) ; il se situe au troisième rang sur huit pour les services de niveau 2 et 3 (milieu de gamme) et au deuxième rang pour les services de niveau 4, c'est-à-dire les services les plus dispendieux<sup>21</sup>. Notons également que parmi tous ces pays, seuls le Canada et les États-Unis facturent l'appelant et l'appelé pour les communications, tandis que les fournisseurs des autres pays ne facturent que l'utilisateur qui place l'appel, ce qui souligne encore davantage le bilan peu élogieux pour nos voisins nord-américains et nous.

---

<sup>19</sup> Pour ne prendre que quelques exemples :

**TRIBE, Laure.** *New report shows Canada's wireless rates are (still) among the worst in the world*, rabble.ca, Toronto, Ontario, Canada, 18 juin 2015, <http://rabble.ca/blogs/bloggers/openmediaca/2015/06/new-report-shows-canada%E2%80%99s-wireless-rates-are-still-among-worst-wo>

**CBC NEWS.** *Canadian wireless costs among highest in world, PC Mag finds*, CBC, Montréal, Québec, Canada, 22 septembre 2014, <http://www.cbc.ca/news/business/canadian-wireless-costs-among-highest-in-world-pc-mag-finds-1.2774553>

**GEIST, Michael.** *OECD Report Confirms What Canadians Have Long Suspected: Wireless Pricing Among Highest in the World*, Blog de Michael Geist, Université d'Ottawa, Ottawa, Ontario, Canada, 15 juillet 2013, <http://www.michaelgeist.ca/2013/07/oecd-on-wireless-pricing/> (pages consultées le 19 juin 2015).

<sup>20</sup> Mais nous reviendrons sur l'avis détaillé des consommateurs à la section qui abordera les consultations sur le Code.

<sup>21</sup> À titre indicatif :

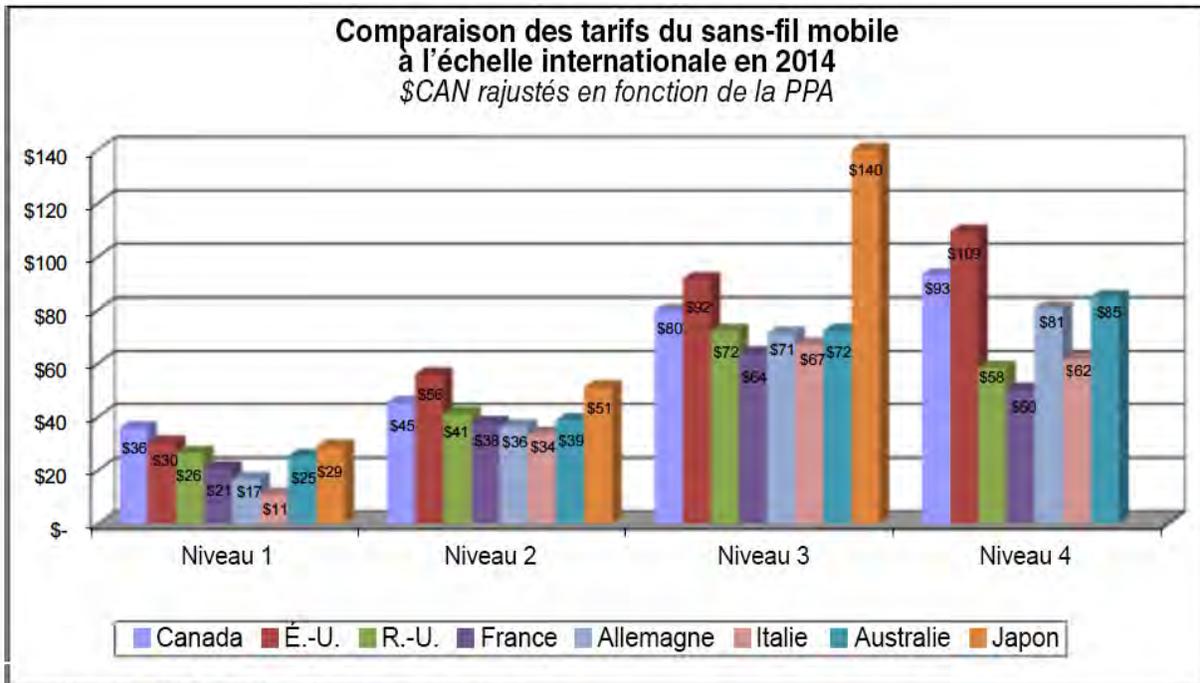
- «Niveau 1 : 150 minutes d'appels entrants et sortants par mois, dont 10 % d'appels sortants interurbains, et aucune fonction
- Niveau 2 : 450 minutes d'appels entrants et sortants par mois, dont 10 % d'appels sortants interurbains, deux fonctions (boîte vocale et afficheur), 300 textos par mois
- Niveau 3 : 1 200 minutes d'appels entrants et sortants par mois, dont 15 % d'appels sortants interurbains, toutes les fonctions, 300 messages textes et 1 Go de données par mois
- Niveau 4 : nombre illimité d'appels et de textos au pays (aucun appel à l'étranger compris), boîte vocale et afficheur, 2 Go de données par mois»

*Op. cit.*, note 14, **WALL.** *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger.*

Voir aussi :

**CHAMONTIN, Benoit.** *Forfaits mobiles au Canada : toujours dans la moyenne supérieure à l'international*, GEEKS and COM, Montréal, Québec, Canada, 15 juillet 2014. <http://www.geeksandcom.com/2014/07/15/forfaits-mobiles-canada-dans-moyenne-superieure-a-l-international> (page consultée le 19 juin 2015).

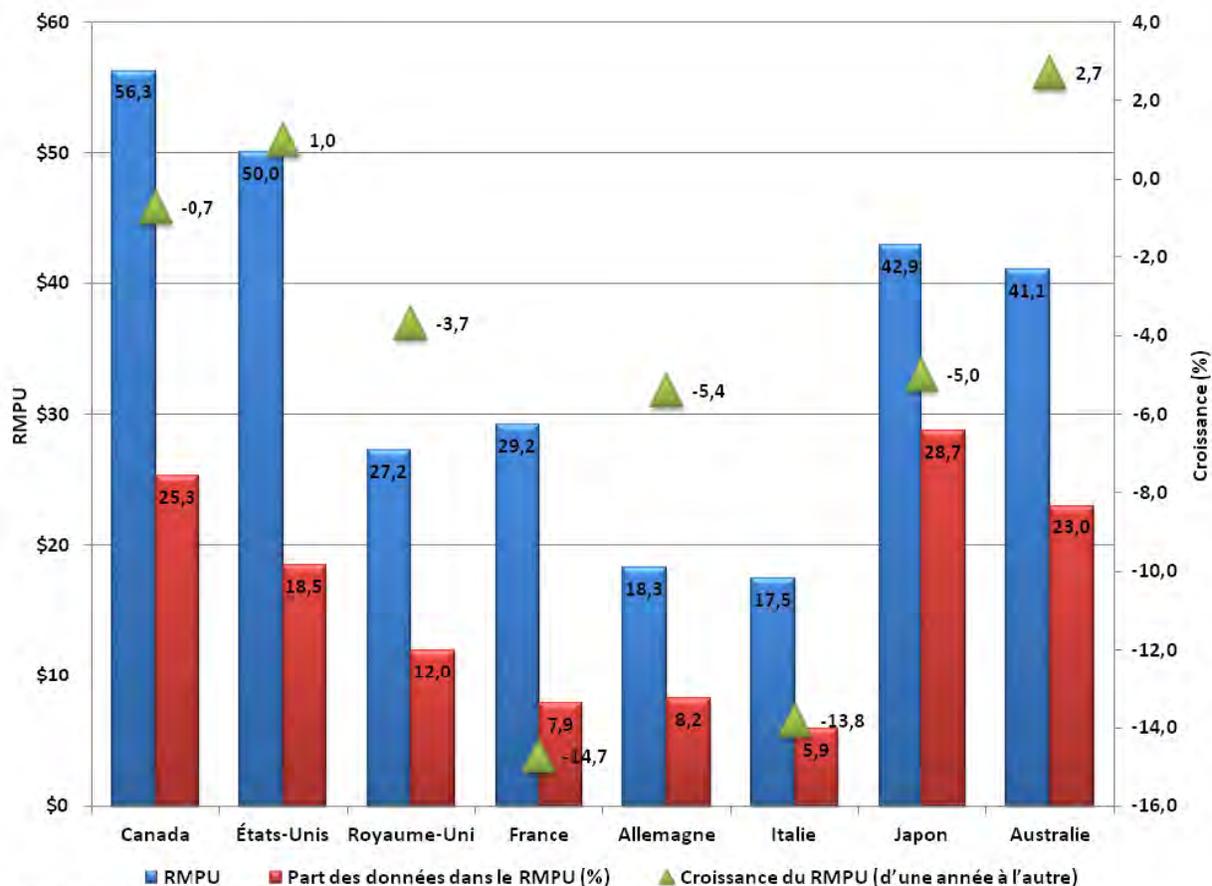
**Tableau 2**  
**Tarifs de services sans fil mobile :**  
**le Canada comparé à huit autres pays de l'OCDE<sup>22</sup>**



Le Canada se distingue également par le revenu moyen par utilisateur, qui y est extrêmement élevé, c'est-à-dire plus de trois fois plus haut que celui qu'affiche les modèles les plus économiques, et plusieurs dollars (entre 6 et 7 \$ par mois de différence) devant son plus proche rival : les États-Unis.

<sup>22</sup> *Op. cit.*, note 14, **WALL**. *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger*. Voir figure 5, p. 25.

**Tableau 3**  
**Revenu moyen des services sans fil**  
**par utilisateur et par pays (quatrième trimestre de 2013)<sup>23</sup>**



Source : Bank of America Merrill Lynch Global Wireless Matrix 1Q2014, 21 avril 2014

La situation du Canada a fait couler beaucoup d'encre au cours des dernières années, notamment en ce qui a trait à ses tarifs d'itinérance, reconnus en 2011 comme étant parmi les plus élevés au monde<sup>24</sup>. Encore aujourd'hui, les frais payables à l'utilisation demeurent très élevés<sup>25</sup>. Le Conseil est également arrivé à la conclusion, lorsqu'il a été appelé à se pencher sur cette question précise, qu'un fournisseur canadien s'est accordé une préférence indue dans la fourniture de services d'itinérance de gros<sup>26</sup>.

<sup>23</sup> *Op. cit.*, note 1, **CRTC**, *Rapport de surveillance 2014*. Voir p. 283, graphique 6.0.9.

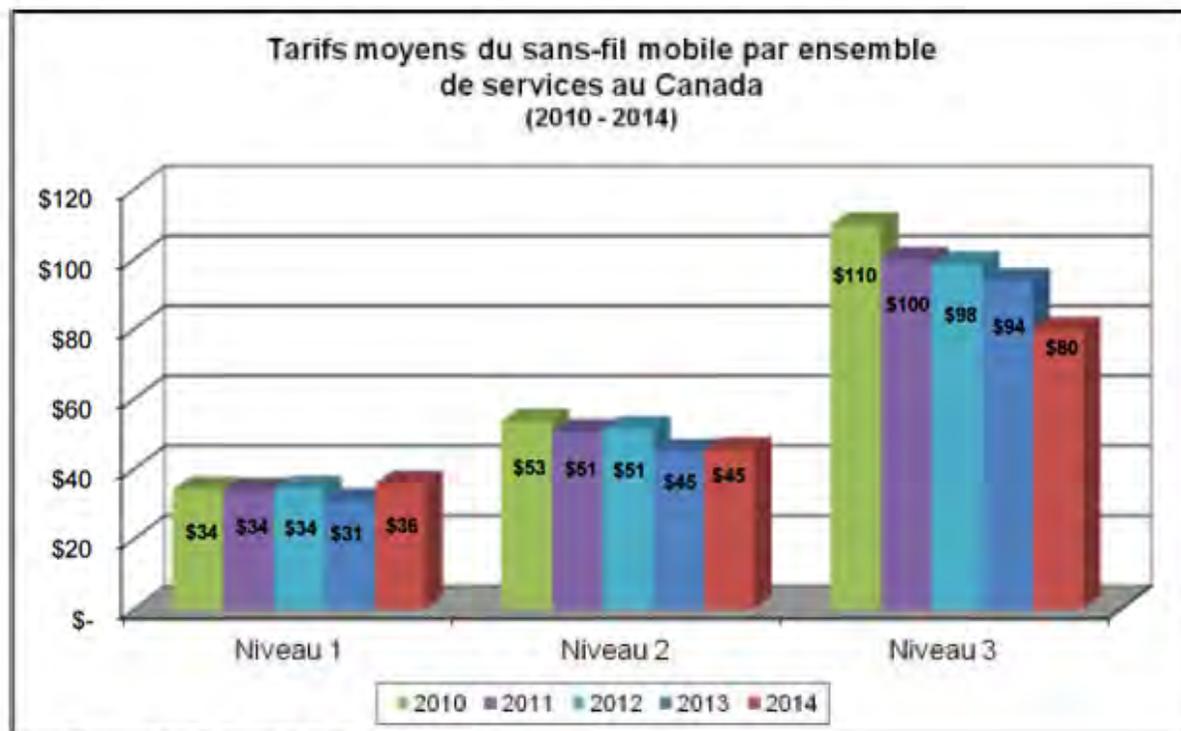
<sup>24</sup> **ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES**. *Working Party On Communication Infrastructures And Services Policy : International Mobile Data Roaming*, OCDE, Paris, France, 30 mai 2011, 35 pages. <http://www.oecd.org/internet/broadband/48127892.pdf> (document consulté le 29 avril 2015).

<sup>25</sup> Par exemple, au moment d'écrire ces lignes, les services à l'utilisation de Telus vers les États-Unis étaient toujours à 1,50 \$ la minute, 5 \$ par Mo, et 0,60 \$ par texto. Pour la République Dominicaine, ils grimpent à 2,50 \$ la minute, 10 \$ le Mo, les textos étant aussi à et 0,60 \$ chacun.

<sup>26</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**. *Décision de télécom CRTC 2014-398 : Itinérance des services sans fil mobiles de gros au Canada – Situation de discrimination injuste ou*

Il semblerait malgré tout que, pour certains scénarios de consommation, le bilan du Canada s'est légèrement amélioré entre 2010 et 2014, notamment pour les services haut de gamme, tandis que les prix des services milieu de gamme sont restés stables. Par contre, les prix des services les plus économiques ont, pour leur part, fait un bond.

**Tableau 4**  
**Évolution des tarifs des services sans fil au Canada : 2010-2014<sup>27</sup>**



Rapport 2014 de Wall Communications Inc.

de préférence induite, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 31 juillet 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/2014-398.htm> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>27</sup> Op. cit., note 14, **WALL**. *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger*. Voir figure 3, p. 19.

## 2.3 ...et l'objet de l'ire des consommateurs

Les services de télécommunications font l'objet d'une quantité importante de plaintes depuis plusieurs années auprès des organismes gouvernementaux chargés de la protection du consommateur. L'Office de la protection du consommateur (OPC) indique que ce secteur a été, pendant plusieurs années, celui qui a suscité le plus d'appels au Québec<sup>28</sup>. Au cours du dernier exercice (2013-2014), les services de télécommunications ont été l'objet de 4893 demandes d'information entre le 1<sup>er</sup> avril et le 22 septembre 2013, plaçant ce secteur en 3<sup>e</sup> place de ceux qui créent le plus d'achalandage (après l'achat d'automobile d'occasion et les biens et services liés à l'habitation), et de 325 dénonciations formelles à l'Office. Du 23 septembre au 31 mars, l'ensemble des services de communications a fait l'objet de 2478 demandes de renseignement et 1087 dénonciations et plaintes, dont environ la moitié associée directement aux services de téléphonie mobile<sup>29</sup>.

Le ministère des Services gouvernementaux et des Services aux consommateurs de l'Ontario souligne aussi que le secteur des télécommunications fait le plus souvent l'objet de son « top 10 » des secteurs qui suscitent le plus grand nombre de plaintes<sup>30</sup>. Les services de téléphonie et/ou d'interurbain ont fait l'objet de 989 plaintes et demandes de renseignement en 2012.

Au Québec, l'Office a également intenté des poursuites en lien avec la non-conformité de certains fournisseurs à la Loi sur la protection du consommateur. L'OPC souligne dans son rapport annuel avoir entamé des poursuites contre Bell Mobilité, sous 305 chefs d'accusation, pour avoir notamment inséré dans ses contrats des clauses qui sont interdites par la loi, portant par exemple sur les modifications unilatérales ou la résiliation du contrat<sup>31</sup>.

Au fédéral, depuis la création du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications, les services sans fil ont toujours fait l'objet, comparativement à tout autre service de télécommunications, du plus grand volume de plaintes. Encore cette année, les seules plaintes dans le secteur des services sans fil dépassaient en nombre le total des plaintes relatives à tous les autres services combinés, les erreurs de facturation et les disputes contractuelles occasionnant, de loin, le plus grand nombre de plaintes.

---

<sup>28</sup> **PROTÉGEZ-VOUS.** *Plaintes en télécoms : la guerre des nerfs*, Éditions Protégez-vous, Montréal, Québec, Canada, 14 décembre 2011. <http://www.protegez-vous.org/org/medias/communique-janvier-2012.html> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>29</sup> Pour ce qui est du traitement en sections (avr./sept ; sept./mars), le rapport explique (p. 73) : « En 2013-2014, l'implantation d'un nouveau système de réception et de traitement des plaintes a introduit une toute nouvelle façon de consigner les renseignements liés aux demandes des citoyens. Pour cette raison, les données allant du 1er avril au 22 septembre 2013 ne peuvent pas être comparées à celles s'échelonnant du 23 septembre au 31 mars 2014. » **OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR.** *Rapport annuel de gestion 2013-2014*. OPC, Québec, Québec, Canada, 128 pages. Voir pp. 73-77. <http://www.opc.gouv.qc.ca/fileadmin/media/documents/a-propos/publication/RapportAnnel2013-2014.pdf> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>30</sup> [http://www.sse.gov.on.ca/mcs/fr/Pages/top\\_Complaints\\_archive.aspx](http://www.sse.gov.on.ca/mcs/fr/Pages/top_Complaints_archive.aspx) (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>31</sup> *Op. cit.*, note 29, **OPC.** *Rapport annuel de gestion 2013-2014*. Voir p. 14.

**Tableau 5**  
**Extrait du rapport annuel du CPRST exercice 2013-2014<sup>32</sup>**

	erreur de facturation	dispute contractuelle	prestation de services*	gestion des crédits	total
services sans fil	4 676	3 379	1 673	439	10 167
accès à internet	1 440	723	1 048	104	3 315
service téléphonique local	1 158	680	834	90	2 762
interurbains	278	88	78	15	459
assistance-annuaire	5	–	–	–	5
téléphonistes	5	–	–	–	5
annuaire des pages blanches	–	1	3	–	4
<b>TOTAL</b>	<b>7 562</b>	<b>4 871</b>	<b>3 636</b>	<b>648</b>	<b>16 717</b>

\* (installation, réparation et maintenance)

Fait important à souligner: le CPRST a enregistré en 2013-2014 la première baisse de plaintes, après avoir observé des augmentations constantes depuis 2007. En effet, 11 340 plaintes ont été acceptées pendant cet exercice, comparativement à 13 692 en 2012-2013.

**Tableau 6**  
**Évolution des plaintes au fil des ans (2007-2013)<sup>33</sup>**

année	plaintes acceptées
2012-13	13 692
2011-12	10 838
2010-11	8 007
2009-10	3 747
2008-09	3 214
2007-08	2 226

<sup>32</sup> **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Moteur de changement positif : Rapport annuel 2013-2014*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 52 pages. Voir p. 10. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2013-2014/CPRST-Rapport-Annuel-2013-2014.pdf> (document consulté le 30 avril 2015).

<sup>33</sup> **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS.** *Lorsque vous avez besoin d'aide: Rapport annuel 2012-2013*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 52 pages. p. 7 <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2012-2013/CPRST-Rapport-Annuel-2012-2013.pdf> (document consulté le 30 avril 2015).

Le Commissaire a traité 16 717 problèmes cette année, par rapport à 19 297 l'année dernière. Il vaut la peine d'examiner les secteurs où le Commissaire a enregistré les plus importantes diminutions de problèmes<sup>34</sup>. Dans le tableau des principales variations qui se trouve ci-dessous, les sujets qui ont fait l'objet d'un traitement en application du Code sur les services sans fil sont indiqués en surlignement. On remarque que ces trois catégories à elles seules représentent une diminution de 1208 incidences de problèmes, soit près de la moitié de la diminution totale. Sur les 2580 problèmes de moins qui ont été rapportés, les faits saillants sur lesquels s'attarde CPRST n'en soulignent que 1888 (qui apparaissent au tableau) – les données du rapport annuel de 2013-2014 ne nous permettent pas de voir dans quelles autres catégories les plaintes ont diminué.

Tableau 7

Analyse de la diminution des problèmes traités par le CPRST <sup>35</sup>				
Types de problèmes	2013-2014	2012-2013		% de diminution
Frais facturés à tort	<b>1854</b>	2224	<b>(-370)</b>	- 16,6 %
Services intermittents /inadéquats	<b>1250</b>	1518	<b>(-268)</b>	- 17,7 %
Politique de résiliation de 30 jours	<b>1167</b>	1835	<b>(-668)</b>	- 36,4 %
Légitimité/montant de frais de résiliation anticipée	<b>1144</b>	1490	<b>(-346)</b>	- 23,2 %
Évaluation du crédit	<b>569</b>	611	<b>(-42)</b>	- 6,9 %
Frais d'itinérance	<b>527</b>	721	<b>(-194)</b>	- 26,9 %

Il appert donc qu'une proportion notable des motifs de plaintes qui ont connu une diminution importante concerne des sujets traités dans le Code sur les services sans fil. Il est tout à fait plausible que cette diminution de ces plaintes en particulier reflète les premières retombées positives du Code qui, sur la période couverte par le rapport CPRST, n'a été en application que pendant huit mois<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> Alors que les statistiques les plus souvent rapportées du Commissaire concernent le nombre de « plaintes », le rapport annuel fait également référence aux « problèmes » rapportés par les consommateurs. En fait, une même plainte peut soulever plusieurs problèmes. Ainsi, le nombre de problèmes rapportés est toujours supérieur au nombre de plaintes.

<sup>35</sup> Tendances tirées du dernier rapport annuel du Commissaire.

*Op. cit.*, note 32, **CPRST. Rapport annuel 2013-2014**. Voir p. 11.

<sup>36</sup> Le Commissaire le souligne d'ailleurs : « Cette année, nous présentons notre premier rapport relatif au Code sur les services sans fil du CRTC. Comme le Code est entré en vigueur le 2 décembre 2013, notre rapport porte seulement sur les questions relatives à ce Code soulevées dans les plaintes que nous avons traitées entre cette date et le 31 juillet 2014. »

*Op. cit.*, note 32, **CPRST. Rapport annuel 2013-2014**. Voir p. 3.

Il n'y a toutefois pas que du positif au dernier rapport annuel du CPRST. Comme le mentionne le Commissaire dans son message de présentation, « Nous avons en outre utilisé le rapport sur le Code pour attirer l'attention sur les dispositions du Code que nous avons dû interpréter. Nous soulignons aussi certaines parties du Code qui nous semblent ambiguës ou peu claires<sup>37</sup>. »

Soulignons en outre que les plaintes relatives à l'absence de divulgation ou à la divulgation trompeuse des modalités de service ont grimpé de 74,4 % par rapport à l'année précédente.

De plus, le rôle qu'a le CPRST d'administrer le Code sur les services sans fil ne semble pas être de tout repos. Un total de 762 plaintes reçues par le Commissaire l'année dernière traitait de violations alléguées au Code sur les services sans fil, avec un total de 30 violations confirmées. Ce nombre a explosé dans le premier rapport semestriel du CPRST : entre août 2014 et janvier 2015, c'est à 901 violations alléguées que le CPRST a eu à faire face, dont plus du tiers (328) ont été confirmées suite à l'analyse du CPRST. Parmi les violations confirmées, 92 ont porté sur le défaut de remettre au consommateur le contrat, ou un contrat conforme aux exigences du Code, 86 sur le non-respect des avis de débranchement, 50 sur des modifications aux modalités principales du contrat sans le consentement éclairé et exprès du client et 27 sur des frais excédentaires facturés dans le cadre d'un contrat qui prévoyait des services illimités<sup>38</sup>.

## 2.4 Rappel chronologique : la mise en œuvre de remèdes

### 2.4.1 Changements par les législateurs provinciaux

#### a) Québec

Les autorités provinciales ont été les premières à intervenir pour faire face au volume important de plaintes que suscite le secteur des télécommunications, et en particulier celui des services sans fil. Le Québec a démarré le bal avec le projet de loi 60, entré en vigueur en 2010, qui modifiait la Loi sur la protection du consommateur (LPC) afin de s'attaquer notamment à cette problématique. Bien qu'un ensemble de sujets ait été couvert par ces modifications, ce sont, avec le nouvel encadrement des clauses de modification unilatérale, les nouvelles dispositions sur *les contrats à exécution successive de services fournis à distance*<sup>39</sup> qui auront le plus grand impact sur l'ensemble des services de communications, qu'il s'agisse de services de téléphonie cellulaire, de téléphonie filaire, de services d'accès à Internet, de télédistribution ou de systèmes d'alarme.

Ces modifications législatives ciblées avaient pour objet notamment de clarifier l'information disponible dans les contrats, imposant au commerçant d'informer clairement le consommateur sur la nature du service, son prix et sa durée. Les clauses de renouvellement automatique, aux

---

<sup>37</sup> *Ibid.*

<sup>38</sup> **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS. Rapport Semestriel, 1<sup>er</sup> août, 2014 – 31 janvier 2015**, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 4 pages. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2014-2015/CPRST-Rapport-Semestriel-2014-2015.pdf> (document consulté le 30 avril 2015).

<sup>39</sup> *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., c. P-40.1, articles 214.1 à 214.11 [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P\\_40\\_1/P40\\_1.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1.html) (page consultée le 30 avril 2015).

mêmes conditions, des contrats à durée déterminée ont été interdites, les renouvellements et modifications de contrat devant dorénavant faire à l'avance l'objet d'avis, et, à défaut de consentement exprès par le consommateur, le contrat de plus de 60 jours ne peut se renouveler autrement que pour une durée indéterminée.

La loi plafonne également les frais de résiliation anticipée, qui ne pourront excéder, lorsqu'un bénéfice économique a été consenti au consommateur, la valeur associée uniquement à ce «rabais consenti» sur l'appareil dans le cadre du contrat. Les frais de résiliation doivent être réduits de manière linéaire en cours de contrat en proportion du nombre de mois écoulés, mais sur une période n'excédant pas 36 mois. Les frais de résiliation sont également plafonnés pour les contrats à durée déterminée pour lesquels aucun rabais n'a été consenti ; le plafond a été fixé à 50 \$, ou à un montant équivalant à 10 % du prix des services prévus au contrat et qui n'ont pas été fournis, si ce montant est inférieur. Les frais de résiliation sont également plafonnés, en suivant le même principe, pour les contrats à durée indéterminée dans le cadre desquels un rabais a été consenti sur l'appareil, la période d'amortissement de l'appareil pouvant toutefois s'étirer jusqu'à 48 mois. Les frais de résiliation sont interdits lorsqu'aucun appareil n'a été fourni. Le commerçant ne pourra exiger le prix des services pendant la période ou un appareil qu'il a fourni est en réparation.

Pour contrer l'usage des clauses contractuelles en vertu desquelles les commerçants (et notamment les fournisseurs de services de communications) prétendaient se réserver le droit de procéder à leur gré à toute modification d'un contrat en cours, le législateur québécois a adopté de nouvelles règles, d'application générale, qui imposent, lors de l'usage de telles clauses, qu'y soient prévus les éléments qui sont susceptibles de faire l'objet de modification<sup>40</sup>. La LPC impose dorénavant que des avis d'intention soient expédiés par le commerçant avant toute modification et prévoit les droits des consommateurs qui entendraient refuser la modification. Si la modification a pour effet de réduire les obligations du fournisseur ou d'augmenter celles du consommateur, ce dernier pourra refuser la modification et résilier sans frais son contrat. Les modifications que le commerçant se garde le droit d'effectuer ne pourront jamais, dans un contrat à durée déterminée, porter sur des éléments essentiels du contrat. Les modifications faites en contravention à cet article seront tout simplement inopposables au consommateur.

À l'époque, plusieurs représentants de l'industrie avaient lancé les hauts cris, prévoyant que de telles modifications allaient entraîner des coûts exorbitants pour les fournisseurs, qui devraient être récupérés auprès des abonnés, et que les changements à la LPC auraient donc des impacts négatifs importants sur les prix<sup>41</sup>. On sait aujourd'hui qu'il n'en fut rien. Comme l'indiquent les statistiques du CRTC à ce sujet, les prix des services sans fil en 2010 au Québec ont plutôt baissé<sup>42</sup> (mais il faut aussi dire que l'entrée en vigueur de la loi coïncidait avec l'entrée sur le marché de nouveaux concurrents).

---

<sup>40</sup> *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., c. P-40.1, article 11.2. Voir aussi : **PERRON, Stéphanie**, *Fini les frais abusifs dans les télécommunications*, Protégez-vous, Montréal, Québec, Canada, 17 juin 2010. <http://www.protegez-vous.ca/affaires-et-societe/reformelpc.html> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>41</sup> **LAROCQUE, Sylvain**. *Les consommateurs québécois seront mieux protégés*, La Presse, Montréal, Québec, Canada, 29 juin 2010. <http://affaires.lapresse.ca/economie/quebec/201006/29/01-4294253-les-consommateurs-quebecois-seront-mieux-protoges.php> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>42</sup> *Op. cit.*, note 1, **CRTC**, *Rapport de surveillance 2014*. Voir tableau 5.5.7.

## b) Manitoba

Le gouvernement du Manitoba a emboîté le pas au Québec avec son projet de loi 35, *Consumer Protection Amendment Act (Cell Phone Contracts)*, entré en vigueur en septembre 2012. Les modifications législatives manitobaines n'encadrent toutefois que les contrats de téléphonie cellulaire. La *Loi sur la protection du consommateur* manitobaine<sup>43</sup> limite dorénavant elle aussi les modifications unilatérales des contrats et impose l'envoi d'avis avant tout renouvellement automatique de contrat. Les frais de résiliation anticipée sont ici aussi plafonnés ; pour les contrats à durée déterminée, des méthodes de calcul semblables à celles du Québec ont été adoptées. La loi exige la transmission du contrat avant le début de prestation des services, interdit le renouvellement automatique des contrats pour une nouvelle durée déterminée, requiert que les publicités incluent les frais mensuels minimaux du service et oblige la divulgation de tous les frais et conditions de service applicables. Le fournisseur n'est également plus en droit d'exiger des frais pour les services sans fil lorsque l'appareil est en réparation et qu'aucun appareil de remplacement n'est offert au client. Bien que les modifications apportées par le législateur manitobain ne visaient au départ que les services sans fil, les encadrements relatifs aux téléphones cellulaires ont été étendus en 2014 à l'ensemble des services de communication à distance (téléphonie, services de radio et de télévision, Internet, télésurveillance)<sup>44</sup>.

## c) Terre-Neuve-et-Labrador

En septembre 2012, des modifications législatives sont également entrées en vigueur dans la province de Terre-Neuve-et-Labrador, qui concernent l'ensemble des services de communications, encadrant notamment les renseignements obligatoires qui doivent apparaître aux contrats, qui doivent être clairs, concis, écrits en langage simple et fournis en format papier<sup>45</sup>. Les changements législatifs incluent également, notamment, le plafonnement des frais de résiliation anticipée et l'encadrement des modifications unilatérales des contrats et des dépôts de sécurité.

---

<sup>43</sup> *Loi sur la protection du consommateur*, CPLM c C200, Partie XXII - Contrats de services de téléphonie cellulaire (art. 180 ss.) <http://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/2011/c02511e.php>. Voir aussi : MANITOBA, *Fairer Cellphone Rules for Manitobans*, <http://www.gov.mb.ca/cca/cpo/cellphonelaws.html> et SIM, Peter, *New Cellphone Contract Rules*, 13 septembre 2012. <http://www.tdslaw.com/knowledge-center/new-cellphone-contract-rules/> (pages consultées le 30 avril 2015).

<sup>44</sup> La Partie XXII de la *Loi sur la protection du consommateur*, CPLM c C200, - Contrats de services de téléphonie cellulaire, a été modifiée. Elle s'intitule désormais - Contrats de services de communication à distance. Voir : *Loi modifiant la Loi sur la protection du consommateur (contrats de services de communication à distance)*, L.M. 2014, c. 28. <https://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/2014/c02814f.php> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>45</sup> *Bill 6 - An Act To Amend the Consumer Protection and Business Practices Act*, First Session, 47th General Assembly, 61 Elizabeth II, 2012 <http://www.assembly.nl.ca/business/bills/Bill1206.htm>  
Voir aussi:

**ANTLE, Rob.** *N.L. law targets cell, internet and cable contracts*, CBC News, CBC, Montréal, Québec, Canada, 19 février 2013. <http://www.cbc.ca/news/canada/newfoundland-labrador/n-l-law-targets-cell-internet-and-cable-contracts-1.1319526> (page consultée le 30 avril 2015).

#### d) Nouvelle-Écosse

La Nouvelle-Écosse s'est jointe au bal avec le projet de loi 65 *An Act to Amend [...] the Consumer Protection Act, to Ensure Fairness in Cellular Telephone Contracts*. Les changements législatifs sont entrés en vigueur le 1er mai 2013. Tout comme ceux des autres provinces plus haut, ils avaient pour objet de plafonner les frais de résiliation anticipée, d'encadrer les modifications unilatérales et les renouvellements automatiques de contrats. La loi impose maintenant en outre aux fournisseurs d'afficher les frais mensuels minimaux des services dans leurs publicités<sup>46</sup>. Les changements législatifs adoptés en Nouvelle-Écosse ne concernent que la téléphonie sans fil.

#### e) Ontario

À ce jour, l'Ontario est la dernière province à avoir adopté des changements législatifs similaires. La version qui fut adoptée, la *Wireless Services Agreements Act*<sup>47</sup>, prévoit plusieurs dispositions qui se comparent à celles que l'on retrouve dans les autres provinces, avec toutefois quelques ajouts spécifiques, inspirés sans doute par les consultations sur le Code. On retrouve des dispositions qui visent à clarifier l'information au contrat, qui imposent notamment au fournisseur d'indiquer : le prix mensuel minimum du service; une liste des inclusions au service et des renseignements sur leur limite d'usage, la méthode de calcul des frais d'utilisation supplémentaire, la description des autres frais supplémentaires; si l'appareil est verrouillé ou non; des instructions sur les manières de résilier le contrat, etc. Un droit particulier a été conféré aux consommateurs en lien avec ces contraintes imposées au fournisseur : si ce dernier ne se conforme pas à ses obligations d'information, le consommateur peut résilier dans la première année du contrat et obtenir un remboursement complet (à condition de retourner, sur demande, l'appareil qui aurait pu être fourni dans le cadre du contrat).

Les contrats à durée déterminée ne peuvent être modifiés que si le fournisseur obtient un consentement explicite du consommateur. En ce qui concerne les frais de résiliation anticipée, la loi de l'Ontario reprend essentiellement les mêmes formules que celles des autres lois provinciales, mais elle prévoit explicitement qu'aucuns frais de résiliation ne peuvent être facturés après 24 mois, ce qui très similaire à une disposition du Code sur les services sans fil. La loi prévoit une limitation des frais pendant que l'appareil est en réparation pendant sa période de garantie: si un appareil est fourni dans le cadre du contrat, le fournisseur consommateur ne pourra facturer le service que s'il fournit gratuitement au consommateur un appareil de remplacement pour la durée de la réparation. Un consommateur qui perdra ou se fera voler son appareil devra continuer à payer le tarif des services réguliers, mais ne pourra se faire réclamer de frais supplémentaires liés à des appels qui auraient été faits par un tiers. Le législateur impose également au fournisseur d'indiquer tous frais supplémentaires (comme les frais d'activation par exemple) dans ses publicités.

---

<sup>46</sup> *An Act to Amend Chapter 92 of the Revised Statutes, 1989, the Consumer Protection Act, to Ensure Fairness in Cellular Telephone Contracts*. [http://nslegislature.ca/legc/bills/61st\\_4th/3rd\\_read/b065.htm](http://nslegislature.ca/legc/bills/61st_4th/3rd_read/b065.htm)

<sup>47</sup> *Bill 60, Wireless Services Agreements Act, 2013, S.O. 2013 C.8.*

[http://ontla.on.ca/web/bills/bills\\_detail.do?locale=en&Intranet=&BillID=2781](http://ontla.on.ca/web/bills/bills_detail.do?locale=en&Intranet=&BillID=2781). Voir aussi : **CONSUMER PROTECTION ONTARIO**, *Your rights when signing a wireless service contract*. <http://www.ontario.ca/consumers/your-rights-when-signing-wireless-service-contract> (page consultée le 30 avril 2015).

À l'introduction de ce projet de loi, l'Association canadienne des télécommunications sans fil, s'est manifestée une fois de plus pour s'opposer à un tel projet de loi provincial, arguant cette fois que le CRTC s'évertuait déjà à mettre le Code sur les services sans fil en place et que la loi était inutile, puisque ce que voulait instaurer le législateur était déjà pratique courante dans l'industrie<sup>48</sup>. Cette opposition n'était toutefois pas unanime parmi les membres de l'industrie : Mobilicity a manifesté son appui sans réserve à la législation.<sup>49</sup>

Les changements législatifs sont entrés en vigueur en Ontario quelques mois après le Code sur les services sans fil, soit le 1<sup>er</sup> avril 2014.

#### f) **Nouveau-Brunswick**

Enfin, un projet de loi visant à encadrer les contrats de téléphonie cellulaire a aussi été déposé au Nouveau-Brunswick en 2012, le projet de loi 35, Loi sur les contrats de téléphonie cellulaire, qui est mort au feuilleton après une première lecture<sup>50</sup>.

### 2.4.2 Mesures fédérales

#### a) **Le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications**

Différentes instances du gouvernement fédéral sont également intervenues à travers les années pour tenter d'alléger les problèmes rencontrés par les consommateurs dans le secteur des télécommunications.

Bien qu'il ne s'agisse pas ici de mesures de protection à proprement parler, mais plutôt d'une question de recours, il n'est pas inutile de consacrer ici quelques lignes à la création du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications, ombudsman qui a un rôle d'importance dans la résolution de plaintes des utilisateurs de services sans fil. En effet, le rapport final du Groupe d'étude sur le cadre réglementaire des télécommunications, déposé en 2006<sup>51</sup>, proposait la création d'une agence de protection des usagers des services de télécommunications, qui aurait notamment pour fonction de simplifier le mécanisme de résolution de plaintes des clients envers les fournisseurs de services de télécommunications dans un environnement concurrentiel :

---

<sup>48</sup> **DOBBY, Christine.** *Ontario plans new law to make cellphone contracts more consumer friendly*, Financial Post, Toronto, Ontario, Canada, 25 avril 2013. [http://business.financialpost.com/2013/04/25/ontario-plans-new-law-to-make-cellphone-contracts-more-consumer-friendly/?\\_lsa=362f-c1f3](http://business.financialpost.com/2013/04/25/ontario-plans-new-law-to-make-cellphone-contracts-more-consumer-friendly/?_lsa=362f-c1f3) (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>49</sup> «We stand united with Mr. Oraziotti in his unwavering pursuit of protecting Ontario consumers from unfair wireless practices, such as excessive early contract termination fees. It's time to stop putting Ontarians at the mercy of oppressive, expensive wireless contracts and give them the freedom they deserve».

**MOBILICITY.** *Mobilicity supports Ontario Bill 5 and wireless consumer protection laws*, Communiqué de presse, site de CNW-Telbec, Montréal, Québec, Canada, 29 novembre 2011. <http://www.newswire.ca/en/story/886361/mobilicity-supports-ontario-bill-5-and-wireless-consumer-protection-laws> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>50</sup> **NOUVEAU-BRUNSWICK.** *Projet de loi 35, Loi sur les contrats de téléphonie cellulaire, première lecture, le 9 mai 2012.* <http://www.gnb.ca/legis/bill/pdf/57/2/Bill-35.pdf> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>51</sup> **GRUPE D'ÉTUDE SUR LE CADRE RÉGLEMENTAIRE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS (GECRT)** - *Rapport final*, Industrie Canada, Ottawa, Ontario, Canada, mars 2006. [https://www.ic.gc.ca/eic/site/smt-gst.nsf/vwapj/tprp-final-report-2006-fra.pdf/\\$FILE/tprp-final-report-2006-fra.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/smt-gst.nsf/vwapj/tprp-final-report-2006-fra.pdf/$FILE/tprp-final-report-2006-fra.pdf) (document consulté le 30 avril 2015).

*Un bureau de l'ombudsman bien conçu serait moins intimidant pour les clients et devrait régler les différends d'une manière moins formelle et plus rapide que les mécanismes actuels. Au fil du temps, il pourrait acquérir une expertise qu'on ne trouve pas dans les tribunaux. Contrairement au CRTC, l'APUST mettrait l'accent sur les plaintes précises de clients (particuliers et petites entreprises). De plus, le mandat de l'APUST pourrait inclure des services de télécommunications non réglementés et des services de télécommunications offerts par des entités qui ne sont pas assujetties à la compétence du CRTC<sup>52</sup>.*

Outre la création d'une agence de traitement des plaintes permettant de régler notamment les différends liés aux factures et aux contrats, l'agence aurait le devoir de rapporter chaque année au Conseil tout problème systémique qu'il aurait pu détecter<sup>53</sup>. Ayant reçu favorablement ces suggestions en faveur d'une telle agence, le ministère de l'Industrie a émis un décret qui exprimait l'avis que «une agence indépendante ayant pour mandat de régler les plaintes faites par les particuliers et les petites entreprises de détail [...] devrait faire partie intégrante d'un marché de télécommunication déréglementé<sup>54</sup>. » Plusieurs acteurs de l'industrie se sont dès lors attelés à créer les premières ébauches de ce qui allait devenir le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (le CPRST), dont la structure sera par la suite approuvée par le CRTC<sup>55</sup>.

Le code de procédures du CPRST prévoit que ce dernier doit traiter les plaintes afin de « déterminer si un fournisseur de services participant s'est acquitté raisonnablement de ses obligations en vertu du contrat applicable et a respecté ses politiques et modes de fonctionnement habituels dans ses rapports avec le client. » En plus de s'appuyer sur le contrat, « lorsqu'il effectue cette détermination, ou lorsque le contrat ne contient aucune indication sur un point, le commissaire prendra en considération des principes généraux de droit, les bonnes pratiques en usage dans l'industrie, les codes de conduite ou de pratiques pertinents et ce qui est juste et raisonnable selon les circonstances de la plainte<sup>56</sup>. »

Ainsi le Commissaire a le mandat de traiter les plaintes d'abord au moyen de l'examen du contrat qui lie le fournisseur au consommateur ; c'est la conformité des agissements du fournisseur au contrat que le CPRST doit déterminer, et non, par exemple, la validité de certaines des clauses du contrat. S'il peut « prendre en considération des principes généraux de droit », il ressort clairement qu'il n'est pas du mandat du CPRST d'appliquer les lois de protection du consommateur en vigueur dans les différentes provinces.

---

<sup>52</sup> *Ibid.* Voir chapitre 6 : Réglementation sociale, page 9.

<sup>53</sup> *Ibid.* Voir chapitre 6 : Réglementation sociale, page 11.

<sup>54</sup> *Décret demandant au CRTC de faire rapport au gouverneur en conseil concernant les plaintes de consommateurs*, C.P. 2007-533, Le 4 avril 2007.

<http://web.archive.org/web/20130523101038/http://www.gazette.gc.ca/archives/p1/2007/2007-05-26/html/order-decret-fra.html> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>55</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**. *Décision de télécom CRTC 2007-130*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 20 décembre 2007.

<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2007/dt2007-130.htm> (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>56</sup> **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS**. *Code de procédures*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, (Modifié et refondu – 1er juin 2010) Dernières modifications en date du 18 janvier 2012, 11 pages. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/2012/01/CPRST-Code-de-procedures-janvier-2012.pdf> (document consulté le 30 avril 2015).

Le processus de règlement des plaintes du CPRST inclut une première étape, qui consiste en une tentative de règlement informel entre le consommateur et le fournisseur ; plusieurs cas seront réglés à cette première étape, avant qu'une enquête puisse être faite par le Commissaire. Le CPRST est donc une instance gratuite et conviviale mise à la disposition du consommateur pour l'aider à régler sa plainte, mais en aucun cas ce dernier n'aura-t-il la garantie que tous ses droits, notamment ceux dont il dispose en vertu des lois de protection du consommateur provinciales, seront respectés ou lui seront reconnus.

## 2.5 Le Code sur les services sans fil

Comme nous a permis de le constater la section précédente, certains membres de l'industrie se sont régulièrement opposés à l'adoption par les provinces de dispositions particulières visant à encadrer leurs pratiques. Ils auront successivement brandi les menaces de possibles augmentations des prix ou de confusion pour les consommateurs dues à l'existence de plusieurs régimes de protection concernant les services sans fil. Ils auront aussi, bien entendu, plaidé que les provinces n'avaient aucune compétence pour encadrer des entreprises dont les activités relevaient de la compétence fédérale. Il est plausible que l'application de plusieurs lois provinciales qui peuvent présenter chacune des particularités soit un irritant pour les entreprises qui exercent leurs activités d'un océan à l'autre. Nous verrons dans la présente section que les pressions pour la création d'un code de conduite fédéral visant à protéger les consommateurs sont le fruit de demandes exercées à la fois par certains groupes de protection des consommateurs et par des membres de l'industrie.

### 2.5.1 Rappel chronologique

En décembre 2011, le Centre pour la défense de l'intérêt public (PIAC) a déposé une plainte au CRTC relativement à une pratique courante de l'industrie qui consistait à imposer aux consommateurs qui souhaitaient résilier leurs services un préavis d'un mois, et le paiement, donc, de 30 jours de service additionnels à compter de la date de la demande de résiliation, et ce, même après l'expiration d'un contrat à durée déterminée<sup>57</sup>, une pratique qui avait été dénoncée dans le rapport annuel 2009-2010 du CPRST, mais qui persistait sur le marché canadien un an plus tard<sup>58</sup>. L'organisme demandait notamment au Conseil de se prévaloir du pouvoir, conféré par l'article 24 de la Loi sur les télécommunications<sup>59</sup>, de faire cesser cette pratique. En réponse à cette requête, Telus, qui signale ne pas utiliser cette pratique, a proposé que le Conseil tienne une instance plus large et qu'il traite de problèmes relatifs à la

---

<sup>57</sup> Rappelons que cette pratique était déjà interdite au Québec à l'époque par les articles 214.6 et suivants de la *Loi sur la protection du consommateur*.

<sup>58</sup> **PUBLIC INTEREST ADVOCACY CENTER (PIAC)**. *Application regarding certain billing practices of the Wireless Service Providers which contravene Section 27(2) of the Telecommunications Act* - 22 décembre 2011. [http://www.crtc.gc.ca/part1/eng/2011/8661/p8\\_201116807.htm](http://www.crtc.gc.ca/part1/eng/2011/8661/p8_201116807.htm) (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>59</sup> *Loi sur les télécommunications* (L.C. 1993, ch. 38), article 24 : « L'offre et la fourniture des services de télécommunication par l'entreprise canadienne sont assujetties aux conditions fixées par le Conseil ou contenues dans une tarification approuvée par celui-ci. » <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/t-3.4/page-8.html#h-15> (page consultée le 30 avril 2015).

transparence dans le cadre de l'offre et de la fourniture de services sans fil<sup>60</sup>. TELUS souligne notamment que le fait que les obligations des fournisseurs diffèrent d'une province à l'autre, ce qui entraîne des pertes d'efficacités qui se manifestent sous forme de coûts additionnels, qui seront ensuite refilés aux consommateurs.

*16. [...] TELUS considers that the Commission should nonetheless hold a public consultation and determine what national standards apply with respect to a number of transparency-oriented issues relating to the provision of consumer wireless telecommunications services, including cancellation notice periods.*

*17. TELUS considers that consumers across Canada should benefit from the same baseline standards regarding wireless services, and that the Commission is best positioned to determine those standards.*

*18. TELUS and other wireless service providers ("WSPs") that operate nationally face the prospect of multiple, conflicting standards for a range of marketing, contracting, and billing matters depending on the province where they operate. This causes TELUS significant concern because complying with a patchwork of standards and requirements across the country would create inefficiencies and additional costs that would ultimately have to be borne by our clients.*

Parmi les sujets que Telus propose au CRTC d'aborder dans une telle consultation publique, on retrouve : les obligations d'information relatives au contrat; les obligations relatives aux modifications unilatérales de contrat; les obligations relatives aux avis d'expiration du contrat au renouvellement automatique; les motifs de résiliation; les frais de résiliation anticipée; les obligations relatives aux dépôts de sécurité; les règles sur le déverrouillage des appareils; l'expiration des cartes prépayées; les obligations du consommateur lorsque l'appareil est en réparation; les obligations d'information relatives aux tarifs et aux limites d'usage des données mobiles; l'obligation de fournir une facture papier; les avis envoyés aux consommateurs lorsqu'ils sont sur le point d'atteindre leurs limites d'usage ou lorsqu'ils entrent dans une zone de tarification différente; les notifications sur la garantie du fabricant.

Dans une réplique datant du 20 février 2012, le PIAC abonde dans le même sens, indiquant que la mise en place de standards nationaux sur des sujets qui ont un impact direct sur les consommateurs leur serait bénéfique.

Par la suite, une requête sera déposée par Rogers demandant au CRTC de mettre sur pied un comité pour la création d'un code de protection des consommateurs national. Le fournisseur mentionne la prolifération d'interventions législatives dans différentes provinces, qui, bien qu'elles apportent des bénéfices aux consommateurs, créent une véritable «*courtepointe*» de réglementations applicables aux fournisseurs de service, provoquant certaines disparités pouvant allonger les contrats, plutôt que de les simplifier. La requête de Rogers vise donc l'établissement d'un code national qui éliminerait la nécessité de lois provinciales. Le

---

<sup>60</sup> **TELUS**. Réponse déposée le 8 février 2012. Document disponible sur le site du CRTC : <https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Documents.aspx?ID=163074&en=2011-1680-7&dt=ar&lang=f&S=C&PA=t&PT=pt1&PST=a> (page consultée le 1er mai 2015).

fournisseur a proposé que le code soit mis en place par le Comité directeur du CRTC sur l'interconnexion<sup>61</sup>.

La formule proposée par Rogers a fait l'objet de nombreuses critiques. Le CRTC a tout de même retenu les commentaires de nombreux intervenants en faveur de la création d'un code national des services sans fil, et suspendu les instances liées aux requêtes du PIAC et de Rogers afin de lancer une instance en vue de déterminer si les conditions du marché avaient «*suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil dans l'élaboration d'un code national de protection des consommateurs de services sans fil de détail*»<sup>62</sup>.

Suite à une consultation à laquelle participeront près de 1000 intervenants et citoyens, et au cours de laquelle le CRTC recueillera des commentaires notamment au sujet des prix des services sans fil, de la clarté du contrat, de ses modalités, de l'exactitude des prix annoncés, du verrouillage des appareils, des vols de téléphone, de la qualité du service ou du service à la clientèle, le Conseil a résumé ainsi dans sa décision les nombreuses doléances au sujet du marché et la surprenante conclusion des intervenants :

*5. Les parties s'accordent presque toutes à dire que, peu importe si les conditions nécessaires à l'abstention de la réglementation dans le marché des services sans fil mobiles ont changé, le Conseil devrait intervenir en élaborant un nouveau code sur les services sans fil mobiles*<sup>63</sup>.

Sur les questions de concurrence, le Conseil fait remarquer que :

*[L]es indicateurs de marché démontrent que les consommateurs ont le choix parmi un certain nombre de fournisseurs de services concurrentiels et un éventail de tarifs et d'options de paiement en ce qui concerne les services sans fil mobiles» et que «les nouveaux venus dans le marché du sans-fil mobile continuent d'accroître leur part de marché et d'élargir leur zone de couverture. Les compagnies continuent d'investir dans l'infrastructure pour offrir des services novateurs à un plus grand nombre de Canadiens. Qui plus est, le coût mensuel moyen des services sans fil mobiles est demeuré relativement stable*<sup>64</sup>.

---

<sup>61</sup> **ROGERS.** *Part 1 Application by Rogers Communications Partnership to implement a National Wireless Services Consumer Protection Code.* Document disponible sur le site du CRTC :

[http://www.crtc.gc.ca/public/part1/2012/8620/r28\\_201202598/1683667.pdf](http://www.crtc.gc.ca/public/part1/2012/8620/r28_201202598/1683667.pdf) (document consulté le 1er mai 2015).

<sup>62</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Avis de consultation de télécom CRTC 2012-206 - Instance pour déterminer si les conditions dans le marché canadien du sans-fil ont suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil à l'égard des services sans fil de détail.* CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 4 avril 2012. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-206.htm> (page consultée le 1er mai 2015).

<sup>63</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Décision de télécom CRTC 2012-556 - Décision sur l'instance visant à déterminer si les conditions dans le marché du sans-fil mobile ont suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil à l'égard des services sans fil mobiles.* CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 11 octobre 2012. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-556.htm> (page consultée le 1er mai 2015).

<sup>64</sup> *Id.*, par. 19 et 20.

Le Conseil conclut donc que « rien n'indique que les conditions nécessaires à l'abstention ont suffisamment changé pour justifier son intervention à l'égard des tarifs des services sans fil mobiles ou du degré de concurrence dans le marché de ces services<sup>65</sup> », mais que les pouvoirs de réglementation que lui confère l'article 24 de la *Loi d'imposer des conditions sur l'offre et la fourniture des services de télécommunication peuvent être utilisés nonobstant l'état de la concurrence lorsqu'il s'agit de réaliser les objectifs de la politique de télécommunication.*

Le Conseil rapporte l'argument de certaines parties selon lequel «*le fait d'avoir des règlements qui diffèrent de province en province désorienterait davantage les consommateurs et ferait augmenter les pertes d'efficacité et les coûts d'observation dans l'industrie du sans-fil mobile*<sup>66</sup>.» Certaines provinces ont indiqué au CRTC que, si des mesures nationales devaient être adoptées, ces mesures de protection devraient être au moins équivalentes aux mesures provinciales existantes ; le gouvernement du Québec a mentionné pour sa part qu'il conserverait quoiqu'il arrive sa compétence législative en matière de protection du consommateur.

Le Conseil souligne finalement que «*la clarté des modalités de contrat est une cause importante des plaintes déposées par les consommateurs*», et il soulève le nombre important de plaintes que suscite ces types de service auprès du Commissaire, tout en reconnaissant que ce dernier n'est chargé que «*d'assurer le respect des modalités de contrat, l'organisme n'a[yant] pas le mandat d'aborder la clarté ou le contenu des contrats*<sup>67</sup>.»

Il conclura finalement que «*l'élaboration d'un code sur les services sans fil mobiles serait efficace et proportionnelle aux buts visés, et ne ferait obstacle au libre jeu du marché que dans la mesure minimale nécessaire. À cet égard, le Conseil estime que le moyen le plus efficace et le moins gênant d'assurer que les consommateurs comprennent leurs droits et leurs responsabilités quant aux services sans fil mobiles serait d'élaborer un code*<sup>68</sup>.»

## 2.5.2 Faits saillants des débats

La consultation sur le Code sur les services sans fil aura attiré plus de 5000 interventions<sup>69</sup>. Vu l'ampleur des délibérations, il convient de rappeler certains faits saillants.

Comme nous l'avons mentionné précédemment, beaucoup d'interventions de l'industrie étaient centrées sur la nécessité d'uniformiser les standards de protection du consommateur à travers le pays<sup>70</sup>. Cette approche n'a pas fait l'unanimité auprès des membres de l'industrie, plusieurs fournisseurs de moins grande envergure étant prêts à envisager différents scénarios qui n'exigeaient pas systématiquement de demander au CRTC d'invalider les lois provinciales en

<sup>65</sup> *Id.*, par. 21

<sup>66</sup> *Id.*, par. 10

<sup>67</sup> *Id.*, par. 24

<sup>68</sup> *Id.*, par. 33

<sup>69</sup> Voir l'Avis de consultation de télécom CRTC 2012-557 - Instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les fournisseurs de services sans fil mobiles. [http://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-557.htm?\\_ga=1.96208921.446189916.1432738165](http://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-557.htm?_ga=1.96208921.446189916.1432738165) (page consultée le 30 avril 2015).

<sup>70</sup> Voir notamment les soumissions de Rogers et de l'ACTS. Les interventions au dossier sont disponibles sur la page du CRTC, dans la section 2012-557. <https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?S=C&PA=T&PT=NC&PST=A&Lang=fra>

matière de protection du consommateur ou de les déclarer inapplicables, ce vers quoi certains intervenants voulaient de toute évidence pousser le CRTC<sup>71</sup>. Les fournisseurs ont également plaidé pour que le Code laisse une certaine flexibilité aux fournisseurs afin qu'ils soient en mesure de différencier leurs offres afin de permettre aux différentes entreprises de se différencier<sup>72</sup>.

Cette consultation du CRTC a inauguré une nouvelle forme d'interventions : il s'agit de la première consultation pour laquelle les consommateurs ont été directement interpellés au moyen d'un forum en ligne. Un grand nombre d'utilisateurs ont donné leur avis sur l'état des prix des services au Canada, dénoncé le manque de transparence des tarifs, notamment en ce qui concerne le prix du service par rapport au prix de l'appareil subventionné, plaidé pour la réduction de la durée des contrats, se sont plaints des frais de résiliation exorbitants ou fait des commentaires sur le verrouillage des appareils<sup>73</sup>.

Plusieurs intervenants, notamment le Bureau de la concurrence et différents groupes de consommateurs, ont réclamé que le verrouillage des appareils soit carrément interdit, tandis que d'autres ont recommandé le plafonnement des tarifs du déverrouillage, conformément à ce que suggérait l'ébauche du Code sur les services sans fil ayant servi de modèle et de base aux délibérations lors des audiences publiques. Le président du CRTC se sera d'ailleurs permis un commentaire des plus explosifs en cours d'audience, en répondant du tac au tac à l'Association canadienne des télécommunications sans fil que, pour ce qui est de la question du verrouillage, le libre jeu du marché, de toute évidence, ne fonctionnait pas<sup>74</sup>.

Au fil des observations et des représentations des intervenants, plusieurs questions relatives aux contrats, qui ont fait l'objet de débat à l'intérieur de différentes provinces, et autres ont fait l'objet de doléances. Notamment : l'exigence par les fournisseurs d'un préavis de 30 jours pour la résiliation du contrat, les modalités de renouvellement automatique, les frais d'utilisation excédentaire exorbitants, les frais de données mobiles payables à l'utilisation, les messages

---

<sup>71</sup> Voir notamment les soumissions de Vidéotron et Mobilicity.

<sup>72</sup> Voir notamment la soumission de Bell.

<sup>73</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Online Consultation: Help Develop a Wireless Code – Phase 1 Comments.* CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 4 décembre 2012. <http://www.crtc.gc.ca/telecom/eng/hearings/2012/2012-206oc1.htm> et Consultation en ligne : Participez à l'élaboration du Code sur les services sans fil – Phase 1 commentaires <http://www.crtc.gc.ca/telecom/fra/hearings/2012/2012-206oc1.htm> et *Commentaires dans les deux langues de la phase 2*, <http://www.crtc.gc.ca/telecom/eng/hearings/2012/2012-206oc2.htm> et <http://www.crtc.gc.ca/telecom/fra/hearings/2012/2012-206oc2.htm> (pages consultées le 12 mai 2015).

<sup>74</sup> «1045 THE CHAIRPERSON: On unlocking, you said it's a marketplace solution. Who's offering, at this time, unlocked phones that aren't CDMA's?»

1046 MR. EBY: I don't -- from what was filed, I don't believe any of the carriers are offering unlocked phones, but they all have -- there are -- there's a variety of unlocking policies once you have the phone.

1047 THE CHAIRPERSON: You see, that's where I'm having difficulty with your approach saying, well, let the market. The market's not working.

1048 Are you making the point that if somebody wants that now that the market will deal with it?

1049 It's a very theoretical market. If nobody's there doing it now, that means it's not working.»

CRTC, *Instance dans le but d'établir un code sur les services sans fil pour les consommateurs* Avis de consultation de télécom CRTC 2012-557, 2012-557-1, 2012-557-2, 2012-557-3 et 2012-557-4 - TRANSCRIPTION DES AUDIENCES DEVANT LE CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES, Volume 1, 11 février 2013. <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2013/tt0211.html> (page consultée le 12 mai 2015).

texte à tarification supplémentaire, etc.<sup>75</sup> Et encore : la longueur des contrats, l'abus des clauses externes<sup>76</sup>, la clarté en général<sup>77</sup>, l'expiration des crédits prépayés<sup>78</sup>, l'obsolescence rapide des appareils<sup>79</sup>, etc.

### 2.5.3 Annonce du Code

Le Code, révélé en grande pompe en juin 2013, met de l'avant quelques mesures phares : notamment le droit pour le consommateur de mettre fin à un contrat de deux ans sans se faire imposer de frais de résiliation, la limitation des frais d'utilisation supplémentaires occasionnés par l'usage de données mobiles à 50 \$ par mois (et à 100 \$ pour les données mobiles en itinérance internationale), l'obligation pour tous les fournisseurs d'offrir le service de déverrouillage des appareils après trois mois de mise en service pour les appareils subventionnés ou immédiatement, si l'appareil n'est pas subventionné, et l'obligation pour les fournisseurs d'offrir une période d'essai de quinze jours pendant laquelle le consommateur peut rapporter son appareil et mettre fin au service sans aucuns frais de résiliation<sup>80</sup>. Le Conseil soutiendra d'ailleurs que «*l'entrée en vigueur du Code sur les services sans fil contribuera à l'établissement d'un marché des services sans fil plus dynamique*<sup>81</sup>.»

Le Code comprend également d'autres nouveautés, notamment : le fait d'obliger le fournisseur à transmettre au client, en même temps qu'une copie du contrat de services sans fil et des documents connexes, un résumé des éléments essentiels du contrat ; l'obligation pour les fournisseurs de transmettre des avis sur les tarifs d'itinérance lorsque le client voyage à l'étranger avec son appareil ; l'interdiction d'imposer des frais pour un appareil ou un service que le client n'a pas expressément achetés ; l'obligation de suspendre les frais d'abonnement si l'appareil est en réparation<sup>82</sup> ; l'obligation pour le fournisseur de suspendre le service si l'appareil est volé<sup>83</sup> ; l'application de certaines mesures du code de débranchement et de dépôt aux services sans fil<sup>84</sup> ; un délai de grâce de sept jours additionnels pour récupérer un solde de service prépayé actif ; etc.

---

<sup>75</sup> Voir les soumissions du CIPPIC et du PIAC.

<sup>76</sup> Voir les soumissions du SPIC.

<sup>77</sup> Voir les soumissions du CCC.

<sup>78</sup> Voir les soumissions du PIAC.

<sup>79</sup> Voir les soumissions du CCC.

<sup>80</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Le code sur les services sans fil aidera les Canadiens à faire des choix éclairés et contribuera à l'établissement d'un marché dynamique*, Communiqué, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, le 3 juin 2013. <http://www.crtc.gc.ca/fra/com100/2013/r130603.htm> (page consultée le 13 mai 2015).

<sup>81</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Le code sur les services sans fil du CRTC entre en vigueur : Les Canadiens peuvent annuler leur contrat sans pénalité après deux ans*, Communiqué, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 2 décembre 2013. <http://www.crtc.gc.ca/fra/com100/2013/r131202.htm> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>82</sup> Les conditions imposées pour profiter de cette protections sont assez nombreuses : l'appareil doit être réparé auprès du fournisseur, il doit être couvert par une garantie du fabricant ou par une garantie prolongé du fournisseur, et le contrat doit être sujet à des frais de résiliation si le client décidait de mettre fin à son entente de manière anticipée. L'abonné n'a pas congé de frais d'abonnement si le fournisseur fournit gratuitement un appareil de remplacement pendant a durée de la réparation.

<sup>83</sup> Suspension du service sert à éviter que le consommateur ne se fasse imposer des frais d'utilisation supplémentaire pour lesquels il n'est pas responsable, mais les frais normaux de l'abonnement continuent de s'appliquer, que le consommateur ait ou non racheté un nouvel appareil.

<sup>84</sup> Excluant, par exemple, le plafonnement du montant de dépôt qui peut être exigé par le fournisseur.

Outre ces nouvelles mesures, le Code reprend aussi une partie des obligations légales en vigueur dans plusieurs provinces, et applicables aux contrats de service sans fil seulement ou à l'ensemble des contrats à exécution successive de services fournis à distance, soit notamment : l'interdiction de renouveler automatiquement les contrats à durée fixe autrement que sur une base indéterminée, le droit pour le consommateur de mettre fin au contrat au moment de son choix (mettant fin de ce fait à l'obligation de préavis de trente jours imposée par certains fournisseurs), la limitation des frais de résiliation en fonction de la valeur de l'appareil subventionné dans le cadre du contrat, à un montant établi sur la base du calcul de l'épuisement graduel régulier de la valeur de l'avantage économique, ou, lorsqu'aucun appareil n'est inclus au contrat, à des montants compensatoires réduits de manière significative, la restriction des droits à la modification unilatérale, le droit de mettre fin au contrat conclu à distance s'il n'est pas conforme aux représentations du fournisseur où si le contrat écrit n'a tout simplement pas été remis, etc.

Les réactions à l'annonce du contenu du Code furent, pour la plupart, positives. Le gouvernement fédéral a appuyé l'initiative du CRTC de prendre parti pour les consommateurs. Selon le président du Conseil du Trésor, Tony Clement, QUI reconnaît les limites du jeu de la concurrence dans le secteur : « Même si je suis en faveur du libre marché, on a trois ou quatre gros joueurs qui contrôlent le poulailler, alors je crois qu'il est parfaitement raisonnable d'appuyer le consommateur, et c'est exactement ce que fait le CRTC<sup>85</sup>. »

Certains membres de l'industrie y ont vu une occasion de plaider derechef l'inapplicabilité des lois provinciales. Les groupes de consommateurs auront pour leur part des réactions globalement positives, avec tout de même, certaines réserves, notamment parce que la version finale du Code sur les services sans fil ne sera pas aussi progressiste que certaines propositions se retrouvant à son ébauche le laissaient espérer.

#### 2.5.4 Et après...

Malgré les réactions positives qui suivront l'annonce du Code sur les services sans fil, les mois qui ont suivi ont prouvé que tout n'est pas si rose dans l'univers de la téléphonie sans fil et que le Code n'allait pas tout régler.

Les changements apportés à la durée des contrats découlant de l'interdiction d'imposer des frais de résiliation anticipée après 24 mois ont été perçus comme une hausse des tarifs par les consommateurs, étant donné que les mensualités à verser auraient augmenté auprès de certains fournisseurs<sup>86</sup>. Certains médias ont rapporté que les consommateurs en avaient sans doute plus pour leur argent avant l'entrée en vigueur du Code, bien que les données du rapport de surveillance des communications du CRTC semblent démontrer que le changement de l'amortissement aux prix des appareils a surtout influencé à la hausse le prix des services

---

<sup>85</sup> **DESJARDINS, François.** *Téléphonie sans fil - Le CRTC sonne le glas des contrats de trois ans*, Le Devoir, Montréal, Québec, Canada, 4 juin 2013. <http://www.ledevoir.com/economie/actualites-economiques/379787/le-crtc-sonne-le-glas-des-contrats-de-trois-ans> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>86</sup> Voir notamment : *Op. cit.* note 3, **AUGER.** *L'industrie du cellulaire: mutation et prix à la hausse*, et **CBC NEWS.** *Wireless carriers hike prices across Canada*, CBC, Montreal, Québec, Canada, 17 mars 2014. <http://www.cbc.ca/news/business/wireless-carriers-hike-prices-across-canada-1.2575886> (pages consultées le 15 mai 2015).

d'entrée de gamme, tandis que ceux de milieu de gamme sont restés stables et que les prix des services plus chers auraient diminué<sup>87</sup>, mais il est sans doute trop tôt pour associer hors de tout doute ces changements tarifaires et leur déséquilibre à l'entrée en vigueur du Code sur les services sans fil. Certains fournisseurs ont enregistré des baisses de revenus, qui seront à quelques reprises associées à des effets du Code sur les services sans fil, et notamment de la réduction de la durée des contrats et de la fin des avis obligatoires de 30 jours avant la résiliation des services, qui ont entraîné des coûts d'implémentation et des réductions des barrières à la mobilité<sup>88</sup>.

Plusieurs entreprises ont déposé des requêtes, notamment des demandes de clarification de certains éléments au Code sur les services sans fil. TELUS et Rogers ont lancé le bal en demandant des précisions sur les modèles d'amortissement qui seraient susceptibles de répondre aux exigences du Code, Vidéotron a également déposé une requête en vue d'amender le Code pour clarifier la date de l'entrée en vigueur de l'application des mesures aux contrats à durée indéterminée, Sasktel a déposé une requête relative à ses retards dans la mise en place des plafonds de frais excédentaires. TELUS a lancé une nouvelle requête, au sujet, cette fois, de l'application du Code sur les services sans fil aux grandes entreprises. Tout cela sans compter plusieurs plaintes formulées par diverses organisations quant à la possible non-conformité de certains fournisseurs à des obligations prévues au Code.

Outre ces différentes requêtes transmises directement au Conseil, la plupart des principaux fournisseurs ont aussi contesté la validité et l'applicabilité de la deuxième date butoir fixée au Code sur les services sans fil, qui le rend applicable, à partir du 3 juin 2015, à tous les contrats, peu importe leur date de conclusion<sup>89</sup>. Les fournisseurs y ont notamment plaidé les droits acquis et ont souligné l'effet préjudiciable de cette mesure sur les revenus attendus liés aux frais de résiliation anticipée. Cette contestation sera finalement rejetée par la Cour d'appel fédérale.

Le Conseil aura donc été amené par diverses parties à préciser certains principes prévus au Code sur les services sans fil. Il pourrait bien être contraint de le faire encore. La décision du CRTC prévoyait en effet l'obligation pour les fournisseurs de confirmer, au moyen de rapports détaillés, leur conformité aux nouveaux encadrements et aux obligations que leur impose le Code. Les fournisseurs ont donc dû, le mois suivant l'entrée en vigueur du Code, remplir un questionnaire du Conseil. Leurs rapports de conformité offrent parfois des renseignements très détaillés sur leurs pratiques terrain, surtout lorsque les sujets en question font l'objet d'une question spécifique du Conseil. C'est le cas notamment des méthodes de transmission des avis de modification au contrat, des avis relatifs aux plafonds de données mobiles, des avis lorsque

---

<sup>87</sup> Tel qu'il appert du tableau 4 dans notre revue de littérature.

<sup>88</sup> Voir notamment :

**MUNGER, Michel.** *L'achat d'Astral et le code de sans-fil plombent Bell*, Argent, Groupe Quebecor, Montréal, Québec, Canada, 7 novembre 2013. <http://argent.canoe.ca/nouvelles/canada/bce-diminue-ses-profits-de-35-7112013> et

**DOBBY, Christine.** *Rogers blames hockey, CRTC as profit falls*, The Globe and Mail, Toronto, Ontario, Canada, 20 avril 2015. <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/rogers-profits-drop-17-per-cent-in-first-quarter/article24036854/> (pages consultées le 15 mai 2015).

<sup>89</sup> **COTTENDIN, Thomas.** *Télécoms : le code du sans fil du CRTC passera en Cour d'appel*, Les Affaires, Montréal, Québec, Canada, 4 octobre 2013. <http://www.lesaffaires.com/secteurs-d-activite/medias-et-telecommunications/telecoms-le-code-du-sans-fil-du-crtc-passera-en-cour-d-appel/562160> (page consultée le 15 mai 2015).

le consommateur entre dans une zone d'itinérance, et aussi des mesures prises pour faire la promotion du Code sur les services sans fil. Presque tous les autres aspects du Code, soit ceux pour lesquels les fournisseurs devaient confirmer leur conformité sans avoir à répondre à une question spécifique du Conseil, ont fait l'objet d'un traitement très laconique. Et les réponses des fournisseurs semblent parfois être données en faisant abstraction de leurs pratiques – c'est du moins ce que révèle notre étude des documents contractuels des fournisseurs, dont nous rendons compte dans le prochain chapitre.

Les fournisseurs devaient également transmettre au CRTC les modèles de contrat qu'ils offrent sur le marché ; nous avons noté certaines disparités, assez fréquentes, entre les contrats que nous avons récoltés sur le terrain et ceux qui ont été transmis au Conseil. Nous avons constaté que, le plus souvent, les fournisseurs se contenteront dans leurs rapports, de référer le Conseil à leur modèle de contrat pour établir leur conformité, sans nécessairement expliquer avec plus de précisions en quoi leurs pratiques se conforment au Code. Sur le plan des obligations de clarté notamment, comme nous le verrons plus loin, les fournisseurs ont encore beaucoup de travail à faire pour assurer que leurs ententes de service soient véritablement compréhensibles pour les consommateurs.

Suite aux déclarations des fournisseurs, le Conseil, s'est enquis sur certaines pratiques de commerce, afin de vérifier plus en profondeur comment ils se conforment au Code. Le Conseil s'est notamment renseigné auprès de Rogers au sujet des frais de résiliation anticipée<sup>90</sup> et a formulé des commentaires sur le manque de clarté des explications du fournisseur. Le fournisseur rassurera le CRTC en lui répondant avoir abandonné son modèle de frais de résiliation anticipée en mai 2014<sup>91</sup>. Notre examen de deux contrats conclus après l'envoi par Rogers de sa réponse au CRTC révèle que Fido fait encore mention de ce type de frais de résiliation anticipée. La réponse de Rogers ne portait-elle que sur le secteur Rogers de ses activités, ignorant adroitement les activités de Fido ?

Le CRTC a aussi interrogé Rogers sur ses avis de débranchement – pour lequel le Conseil exigera d'ailleurs des correctifs – et sur les limites et restrictions qu'il impose à ses périodes d'essai. TELUS, Vidéotron, MTS et Bell ont également été interpellés sur le niveau d'utilisation qui met fin au droit pour le consommateur de se prévaloir du droit de retourner son appareil dans les quinze jours suivant la conclusion du contrat.

---

<sup>90</sup> Rogers a déclaré avoir abandonné le concept de «Additional Device Savings Recovery Fee».

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Lettre - Re: Wireless Code Implementation – Compliance Reports*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 22 mai 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lt140522j.htm> (page consultée le 3 juin 2015).

<sup>91</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Lettre - Re: Implémentation du Code sur les services sans fil – Rapports de conformité*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 6 juin 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lt140606d.htm> (page consultée le 3 juin 2015).

Concernant les périodes d'essai, qui devaient pouvoir s'exercer sans frais, le Conseil s'est également enquis auprès de Bell et Sasktel sur l'imposition de frais de restockage. Le Conseil leur ordonnera d'ailleurs de mettre fin à cette pratique<sup>92</sup>. Le CRTC a également interrogé Sasktel, dont le résumé des renseignements essentiel n'inclut pas les renseignements requis sur les éléments inclus au contrat<sup>93</sup>.

TELUS a été interpellé sur la clarté et l'exhaustivité du modèle de contrat transmis et sur le résumé des renseignements essentiels, notamment sur les explications qui y apparaissent au sujet des frais de résiliation anticipée<sup>94</sup>.

MTS a été interpellé spécifiquement sur ses avis d'itinérance à l'étranger.

Au moment d'écrire ces lignes (soit plus d'un an après le début des vérifications), le Conseil en était toujours à faire des vérifications de conformité avec certains fournisseurs.

---

<sup>92</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Télécom Lettre du Conseil adressée à Robert Hersche (Saskatchewan Telecommunications)*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 18 août 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lt140814c.htm> (page consultée le 3 juin 2015).

<sup>93</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Lettre - Re: Implémentation du Code sur les services sans fil – Rapports de conformité*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 22 mai 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lt140522k.htm> (page consultée le 3 juin 2015).

<sup>94</sup> *ibid.*

### 3. Les effets du Code

---

Comme l'avons mentionné au chapitre précédent, l'entrée en vigueur du Code sur les services sans fil n'a pas fait que des heureux. Les changements apportés à la durée de l'amortissement des appareils, par exemple, semblent avoir irrité certains consommateurs, alors que des fournisseurs ont pointé le Code du doigt pour expliquer certaines baisses de leur rendement économique. Avec son Code, le Conseil semble avoir tenté de concilier les intérêts des consommateurs et ceux de l'industrie au moyen de mesures qui avaient pour but de réduire la prévalence de différents frais exorbitants imposés aux consommateurs et d'accroître leur mobilité. Le Conseil a semblé, sur certains points, éviter de déroger à son approche usuelle, soit celle d'exercer son rôle de régulateur de la manière la moins intrusive possible sur le marché, suivant les instructions du décret de 2006, qui imposent au Conseil de :

*(i) se fier, dans la plus grande mesure du possible, au libre jeu du marché comme moyen d'atteindre les objectifs de la politique,*

*(ii) lorsqu'il a recours à la réglementation, prendre des mesures qui sont efficaces et proportionnelles aux buts visés et qui ne font obstacle au libre jeu d'un marché concurrentiel que dans la mesure minimale nécessaire pour atteindre les objectifs<sup>95</sup>.*

Il va sans dire que la version finale du Code sur les services sans fil, présentée lors des audiences publiques comme un code «pour les consommateurs», tient également compte de l'intérêt des fournisseurs.

Le Conseil avoue d'ailleurs, dans sa décision, que, si les promesses d'encadrement serré que faisait miroiter la version préliminaire du Code n'ont pas été tenues, c'est afin d'éviter d'imposer un trop lourd fardeau aux fournisseurs :

*363. Toutefois remarquer que les exigences les plus lourdes qui avaient été proposées dans la version préliminaire du code ne sont pas imposées par le Code sur les services sans fil, ce qui réduit considérablement le fardeau pour les FSSF et le temps requis pour la mise en œuvre de ces exigences<sup>96</sup>.*

UC avait d'ailleurs déploré, lors du dévoilement du Code, certains choix du CRTC, qui semblent clairement ne viser qu'à couper la poire en deux en accordant des demi-mesures, s'attaquant à des problèmes criants sans vraiment tenter de régler le fond de la question. Par exemple, pour répondre à la grogne des consommateurs au sujet du verrouillage des appareils, le Conseil a décidé de forcer tous les fournisseurs à offrir un service de déverrouillage ; il évite toutefois de limiter les frais que peuvent exiger les fournisseurs pour cette opération, et ne force en outre au

---

<sup>95</sup> **GOUVERNEMENT DU Canada.** Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication, DORS/2006-355. <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2006-355/page-1.html> (page consultée le 18 mai 2015).

<sup>96</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271- Le Code sur les services sans fil.* CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 3 juin 2013. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-271.htm> (page consultée le 3 juin 2015).

fournisseur à l'offrir, si l'appareil fait l'objet d'un financement, que trois mois après le début du contrat.

Le Conseil a imposé aux fournisseurs d'offrir une période d'essai aux consommateurs, pendant laquelle ils pourront notamment prendre connaissance des modalités détaillées de leur contrat et tester le service. Le Code prévoit toutefois que le fournisseur pourra imposer « des limites [d'utilisation] raisonnables » qui, si elles sont dépassées, feront perdre au consommateur son droit à la résiliation sans frais, laissant aux fournisseurs toute discrétion pour juger de ce qu'ils estiment raisonnable.

De plus, le Conseil accepte que des limites d'utilisation mensuelles puissent être imposées à des services mobiles qualifiés d'illimités par les fournisseurs et annoncés comme tels, à la seule condition que ces limites n'entraînent pas de frais d'utilisation supplémentaire. Le CRTC cautionne ici, à notre sens, une pratique absolument indéfendable ; comment peut-on raisonnablement accepter un tel contresens – les limites acceptables pour un service illimité – qui frôle la représentation trompeuse ?

Le Code n'offre que de minimes avancées pour les services sans fil prépayés, que le CRTC a soustrait à un nombre impressionnant d'obligations, allant jusqu'à laisser planer un doute sur l'exigence d'un contrat écrit (ce qu'imposent par ailleurs la plupart des lois provinciales). Plusieurs intervenants plaidaient en faveur de l'abolition des dates d'expiration que les fournisseurs imposent dans le cas des services prépayés, qui font perdre aux consommateurs les crédits accumulés à son compte ou lui imposent de le regarnir sans cesse, même lorsque les crédits accumulés excèdent déjà ce qui sera vraisemblablement utilisé. Le CRTC, refusant d'aborder le problème de front, n'a décidé d'intervenir que sur un aspect fort accessoire de la problématique, en consentant aux consommateurs un délai de sept jours pendant lequel ils pourront conserver leur solde – c'est dire qu'il ne le perdront que sept jours plus tard, ou qu'ils auront un délai pour ajouter des sommes à leur compte pour conserver les minutes inutilisées.

Étant donné la flexibilité allouée à l'industrie, qui possède une large marge de manœuvre dans le choix des moyens pour se conformer à plusieurs des obligations prévues au Code sur les services sans fil, nous avons tenté de vérifier de quelle manière certaines des dispositions du Code sont appliquées par les fournisseurs, afin de déterminer si cette flexibilité compromet l'atteinte des objectifs du Code et nuit aux intérêts des consommateurs. Rappelons que le Code a été présenté comme un outil visant à garantir que les consommateurs peuvent obtenir plus facilement des renseignements au sujet de leurs contrats, à assurer l'établissement de certaines normes dans l'industrie et à favoriser l'établissement d'un marché plus dynamique. Les consommateurs ont-ils véritablement les moyens d'être mieux informés au sujet de leurs services depuis l'entrée en vigueur du Code ? Les mesures mises en place peuvent-elles réellement permettre de dynamiser le marché ? C'est ce que nous allons vérifier.

### 3.1 Méthodologie

Afin de voir les mesures prises par les fournisseurs afin de se conformer aux obligations auxquelles les soumet le Code, nous avons convenu d'étudier les pratiques d'un ensemble de fournisseurs canadiens à partir de l'examen de leurs documents contractuels, soit la copie permanente du contrat et des modalités de service, ainsi que tous autres documents connexes auxquels réfèrent les ententes qui peuvent être conclues avec ces fournisseurs<sup>97</sup>.

Pour ce faire, nous avons collecté les renseignements pertinents sur le Web, sollicité notre réseau en vue de collecter un assortiment de contrats conclus après l'entrée en vigueur du Code, consulté les copies de contrat remises au CRTC par les fournisseurs dans leurs rapports de conformité, et nous avons également conclu quelques ententes en magasin.

Nous avons étudié les documents d'un ensemble de fournisseurs majeurs, soit : Bell, Virgin, Rogers, Fido, Telus, Koodo, Vidéotron, Sasktel et MTS<sup>98</sup>. Vu les sommes importantes qui peuvent être exigés du client en cas de résiliation lorsqu'un appareil est fourni au contrat, et vu la grande popularité de ce modèle d'affaire à travers le Canada, nous avons décidé de privilégier, aux fins de notre étude, la collecte de renseignements pour les contrats de services postpayés avec appareil subventionné, un scénario de consommation particulièrement prévalent dans l'ensemble du Canada.

Évidemment, toutes les obligations du Code n'entraînent pas forcément une obligation de dénonciation ou d'information dans les documents contractuels ; notre étude s'est donc limitée à ce qui pouvait se trouver aux documents contractuels, et, ainsi, les impacts de tous les articles du code n'auront pas été vérifiés. Voici les obligations du Code qui ont été retenues pour notre analyse détaillée :

- La clarté : nous avons étudié la portée et l'application des articles A1 (langage simple) et A3 (services illimités) ;
- Les obligations d'information aux contrats et documents connexes pour les services postpayés (l'article B1 iv) (une analyse sur laquelle s'est appuyée l'évaluation de la qualité des divulgations relatives à plusieurs articles suivants) ;
- L'ensemble des obligations relatives au résumé des renseignements essentiels (l'article C1) ;
- Les obligations relatives aux outils de gestion de la facture (incluant les articles E1 – avis d'itinérance internationale –, E2 – limites associées aux frais d'itinérance – et E3 – limites associées aux frais excédentaires de données) ;
- Les obligations relatives au déverrouillage des appareils (article F) ;
- Frais de résiliation anticipée – appareil subventionné (article G2) ;
- Les obligations relatives à la période d'essai (article G4) ;

---

<sup>97</sup> À moins d'indication contraire, tout au long de notre analyse, le terme «documents contractuels» fait référence à l'ensemble des documents qui comportent les droits et obligations partagés entre le fournisseur et le consommateur, ce qui inclue la copie permanente du contrat, les modalités de services (qu'elle soit remise ou non en même temps que le contrat, et tout autre documents connexes auquel sont liés les parties. Le terme «contrat» sera utilisé en guise de synonyme pour parler de la copie permanente du contrat. En ce qui a trait aux modalités de service, nous spécifierons, lorsque pertinent, si elles ont été remises en même temps que la copie permanente du contrat.

<sup>98</sup> Ces choix étant motivés notamment par leurs parts de marché et la pertinence d'avoir un éventail de fournisseurs exerçant dans différentes régions du pays.

- Les obligations relatives à la prolongation du contrat (article G6) ;
- Les obligations relatives au dépôt de garantie (article H1).

### **3.1.1 Précisions et limites méthodologiques**

L'exercice par les fournisseurs de la marge de manœuvre que leur laisse le Code constitue le cœur de notre recherche. Certains articles du Code ont donc été exclus de notre analyse du fait qu'ils n'allouent aucune flexibilité aux fournisseurs. D'autres obligations prévues au Code ont été exclues partiellement ou complètement parce que la seule étude des documents contractuels, qui est la méthodologie que nous avons choisi d'appliquer, ne peut tout simplement pas en permettre l'examen efficace. Ainsi, nous n'avons pas évalué la qualité des avis envoyés aux consommateurs lors de modification unilatérale de contrat ou de la prolongation du contrat, ou ceux qui portent sur les tarifs facturés en itinérance, ceux qui sont expédiés avant l'application du plafond de frais excédentaires, etc.

Il va sans dire que l'étude des éléments au contrat peut ne pas donner un portrait exact des pratiques réelles d'une entreprise, dans l'éventualité où cette dernière ne se conforme pas intégralement à ce qui est annoncé au contrat. Ainsi, nous n'avons pas étudié l'application, par exemple, des plafonds de frais excédentaires ou de la politique d'utilisation acceptable – notre étude se limite à ce qui en est dit au contrat. Nous avons donc tenu pour acquis, dans notre analyse, que les fournisseurs font tout ce qui est prévu au contrat, mais nous avons aussi tenu pour acquis qu'ils n'en font pas plus.

Précisons que la présente étude ne se voulait pas une étude de conformité. L'objectif n'était pas de déterminer si l'ensemble des documents contractuels d'un fournisseur se conforme ou pas au Code. Notre objectif était de vérifier les impacts du Code, et plus particulièrement, les impacts de la flexibilité permise au Code sur l'ensemble des services offerts aux consommateurs, et sur leurs nouveaux droits tels qu'explicités au Code. Nous avons néanmoins été confrontés au fait que de nombreux contrats qu'il nous a été donné d'étudier pourraient, à notre avis, tout simplement ne pas se conformer aux obligations du Code, flexibilité ou pas. En fait, en appliquant à la lettre les obligations du Code sur les services sans fil, nous en sommes arrivés à la conclusion qu'aucun des contrats que nous avons étudiés ne se conformait parfaitement à toutes les obligations du Code. Il pourra donc nous arriver à l'occasion, malgré que tel n'ait pas été l'objectif de notre recherche, d'émettre notre avis sur la conformité de certaines pratiques. De plus, tout avis relatif à la conformité pourrait ne pas refléter l'ensemble des pratiques les plus récentes d'un fournisseur de service. En effet, il nous est arrivé d'étudier plusieurs contrats d'un même fournisseur et de constater que les pratiques peuvent varier selon le type de contrat et le moment auquel il a été conclu<sup>99</sup>.

---

<sup>99</sup> Par exemple, nous avons remarqué que certains contrats conclus tout juste après l'entrée en vigueur du Code semblent moins bien se conformer à certaines obligations que d'autres conclus plus d'un an après son entrée en vigueur. Cela pourrait être attribuable aux mesures de suivi de Conseil, desquelles nous avons traité au chapitre précédent.

Il faut également noter que l'échantillon forcément limité de documents ayant servi à la recherche pourrait ne pas être représentatif de l'ensemble des pratiques de l'industrie. L'ensemble des documents nous permet toutefois d'avoir un excellent aperçu des pratiques courantes de l'industrie et d'identifier plusieurs faiblesses du Code, sur lesquelles nous reviendrons en détail au cours du présent chapitre.

Il va sans dire que les problématiques relatives au Code sont à ce point nombreuses qu'il y a certainement place pour des recherches additionnelles à ce sujet, notamment sur tous les articles que notre recherche n'aborde pas.

### **3.1.2 Analyse, point par point...**

Notre analyse a été complexe, compte tenu du volume important d'éléments à identifier et à étudier dans tous les documents contractuels. Étant donné que le but de l'étude n'était pas de faire une analyse de conformité, et d'identifier les contrevenants, mais plutôt d'étudier les éléments de souplesse au Code et la manière dont sont mises en œuvre les obligations pour lesquelles le Code permettait cette souplesse en vue de cibler les pratiques qui pourraient aller à l'encontre des objectifs du Code ou de l'intérêt des consommateurs, c'est par sujet que nous présenterons nos analyses, passant un à un tous les éléments du Code qui ont fait l'objet de l'étude.

Nous commencerons la présentation de chacun des éléments par une analyse de la signification de chaque article pertinent – analyse de texte, notre interprétation et les intentions exprimées par le Conseil dans sa décision sur le Code –, et nous soulignerons les ambiguïtés aux articles étudiés ou les éléments qui permettent à l'industrie une certaine flexibilité.

Nous enchaînerons avec un bref résumé de l'application de ces dispositions par l'industrie, soulignant ce qui nous a semblé être les pratiques les plus avantageuses (ou les moins désavantageuses, selon l'état général des lieux) pour les consommateurs, et nous terminerons avec quelques exemples des pires pratiques. Ces cas d'espèce seront la plupart du temps regroupés en deux catégories : clarté et pratiques de commerce. En effet, étant donné que le Code exige des fournisseurs que les documents contractuels soient rédigés dans un langage clair et simple, nous ferons d'abord des observations sur la clarté de l'information transmise aux consommateurs, par sujet, et enchaînons avec des observations sur les approches avantageuses et désavantageuses pour les consommateurs.

## 3.2 Résultats de l'analyse

### a) Clarté et langage simple

Le concept de clarté est un élément phare du Code. En effet, l'une des préoccupations déclarées qui ont amené le Conseil à l'élaboration du Code était la difficulté qu'ont les consommateurs à s'informer au sujet des services sans fil. L'exigence de clarté est d'ailleurs l'un des premiers concepts détaillés au Code, et l'un des postulats : la clarté doit être généralisée, dans les communications et dans les textes des fournisseurs. C'est pourquoi cette question de clarté sera abordée sporadiquement relativement à plusieurs autres obligations plus ciblées. Il convient donc de débiter notre analyse, comme le fait le Code, par l'article qui traite spécifiquement de cet impératif.

### b) A Clarté (A1. langage simple)

#### *Analyse du Code*

L'article A1 du Code sur les services sans fil, intitulé «Langage simple», traite de la façon pour le fournisseur de transmettre les renseignements à ses clients dans ses communications et dans ses documents L'article se lit comme suit :

#### **A. Clarté**

##### **1. Langage simple**

- (i) *Le fournisseur de services doit communiquer avec les clients en utilisant un langage simple.*
- (ii) *Le fournisseur de services doit s'assurer que ses contrats écrits et les documents connexes (par exemple les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitable) sont rédigés dans un langage clair que les clients peuvent facilement lire et comprendre. (nos soulignés)*

A priori, deux impératifs se trouvent à l'article 1 : le langage simple et le langage clair. L'ensemble des communications avec le client doit être fait dans un langage simple – une notion qui n'est pas explicitement définie au Code sur les services sans fil. Le contrat et les documents connexes doivent pour leur part être rédigés dans un langage clair – le texte indique qu'il s'agit d'un langage facile à lire et à comprendre.

La multiplication des termes et leur classement est un rien confondant : il est impossible de déterminer si langage simple et clair sont censés être des termes interchangeables. Le fait que la simplicité et la clarté se retrouvent dans deux articles connexes sous le titre « Clarté » et le sous-titre « Langage simple » n'aide en rien.

Les définitions ou lignes directrices à suivre pour appliquer ces principes de simplicité et de clarté ne se retrouvent pas expressément dans les articles du Code. Certains paragraphes de la politique réglementaire offrent toutefois quelques pistes sur le contexte et l'intention de l'autorité de réglementation lors de l'adoption de ces principes. En effet, la section B de la décision 2013-271 «Contenu et clarté des contrats», donne quelques explications :

## **B. Contenu du Code sur les services sans fil**

### **1. Contenu et clarté des contrats**

#### *Position des parties*

32. *Les consommateurs se sont dits préoccupés par le fait que les contrats écrits de services sans fil sont exagérément longs, complexes et difficiles à comprendre, et que des renseignements importants sont difficiles à trouver ou cachés dans des passages en petits caractères.*

33. *Les consommateurs ont fait valoir qu'ils avaient besoin de renseignements plus clairs sur certains aspects des services sans fil, notamment quels services pourraient entraîner des frais additionnels, comment s'appliquent les frais de résiliation anticipée, et quelles sont les répercussions possibles du remplacement de leur appareil sur leur contrat de services sans fil.*

34. *Les groupes de défense des consommateurs et les FSSF conviennent généralement que les contrats écrits doivent être clairs, doivent être rédigés dans un langage simple et doivent contenir toute l'information nécessaire pour que les consommateurs en comprennent les modalités connexes.*

[...]

38. *Les parties étaient généralement d'accord pour que le Conseil exige que les FSSF veillent à ce que les contrats écrits et les politiques régissant les modalités ou l'utilisation des services sans fil, comme les politiques sur la protection des renseignements personnels et sur l'utilisation équitable (documents connexes), soient rédigés en langage simple et présentés dans une police de caractères facile à lire.*

[...]

44. *Les éléments de preuve réunis pendant l'instance montrent que même si plusieurs FSSF ont amélioré la forme de leurs contrats, les clients continuent d'être étonnés par des éléments de leur contrat qu'ils ne connaissaient pas parce que ces renseignements étaient cachés dans des passages en petits caractères, étaient énoncés dans un document séparé ou n'avaient pas été portés à leur attention.*

45. *Le Conseil estime que, même si les consommateurs ont le devoir de s'informer de leurs droits et obligations et sont tenus de s'assurer qu'ils protègent leurs intérêts économiques dans le marché des services sans fil, tous les contrats devraient être simples à lire et à comprendre par les consommateurs. Le Conseil estime en outre que, pour faciliter la compréhension par les consommateurs de leur contrat avec les FSSF, tous les contrats écrits de services sans fil doivent contenir certains renseignements<sup>100</sup>. (nos soulignés)*

Le résumé par le Conseil des positions des parties sur les questions de contenu et de clarté des contrats voit défiler une panoplie de concepts qui dépasse les seuls impératifs de langage simple ou de langage clair. En fait, le Conseil retient de nombreuses remarques sur le besoin pour les consommateurs d'avoir accès à des renseignements exhaustifs sur les services, un impératif auquel il tentera de répondre dans certains articles subséquents du Code. Le Conseil

<sup>100</sup> *Op. cit.*, note 96, **CRTC**, *Politique réglementaire 2013-271*.

relève également des remarques sur le concept de lisibilité : police des caractères employés, longueur ou structure des documents, usage de documents séparés. De tout cela, le Conseil aura donc choisi de retenir l'exigence de langage simple (qu'il impose pour les communications du FSSF, alors que les parties la proposaient pour les documents (par.34 et 38) et celle de langage clair. Le choix du mot « langage » dans les deux formulations semble exclure toute préoccupation de forme (structure des documents, taille (et variation de tailles) du texte, etc.), alors que son résumé des interventions indiquait une préoccupation plus vaste (tous les contrats devraient être simples à lire et à comprendre par les consommateurs), qui dépasse la seule question du langage utilisé.

Il est donc très difficile d'évaluer si les concepts de langage clair, langage simple, ou de clarté générale sont adéquatement appliqués par l'industrie, vu le flou quant aux définitions de ces concepts et la multitude de points de vue et d'appréciation possible de ce qui est clair et simple. On peut toutefois comprendre de ces passages du Code que le Conseil considère les petits caractères, longs documents, abus de clauses externes comme des barrières aux impératifs généraux de clarté, tout comme l'usage d'un langage qui serait difficile à comprendre pour le commun des mortels, un concept éminemment subjectif, compte tenu du niveau d'alphabétisme qui peut être très variable d'un consommateur à un autre. Ainsi, vu l'absence de critères limpides qui permettraient d'évaluer objectivement les pratiques afin de déterminer si elles respectent les principes de langage simple et de langage clair, nos propres commentaires relatifs à la clarté pourront revêtir une certaine subjectivité et être teintés par nos propres perceptions.

### ***Pratiques de l'industrie***

Attendu que les obligations elles-mêmes, en l'absence de critères, laissent beaucoup de place à la subjectivité, attendu aussi que la clarté des renseignements divulgués varie beaucoup d'un fournisseur à l'autre, et d'un document, voire d'un sujet à l'autre, attendu finalement qu'une évaluation globale de l'ensemble des documents contractuels risquerait de passer sous silence l'essentiel, nous émettrons plutôt nos commentaires au sujet de la clarté des renseignements divulgués au fur et à mesure que nous parcourrons les différents articles du Code et leur mise en œuvre par les FSSF.

Qu'il suffise de dire ici qu'aucune tendance nette ne se dégage de l'étude de l'ensemble des documents contractuels, en ce qui a trait à la clarté générale. Nous verrons dans les prochaines pages de nombreux exemples qui démontrent que la clarté des renseignements au contrat est problématique.

### c) A Clarté (A3. Services illimités)

#### **Analyse du Code**

Dans le cadre des consultations sur les services sans fil, des consommateurs se sont plaints de pratiques qu'ils associent à des représentations trompeuses de la part des fournisseurs, notamment sur la question des services illimités. En effet, il est arrivé que des consommateurs se fassent facturer des frais d'utilisation supplémentaire pour des services qui étaient pourtant publicisés comme étant sans limites d'utilisation.

Les modèles d'affaires sont diversifiés à travers le pays, et quelques fournisseurs, notamment de nouveaux entrants, avaient offert des services qui étaient publicisés comme étant sans limites d'usage, mais pour lesquels une limite d'usage était tout de même prévue à leur politique d'utilisation acceptable ; le dépassement de cette limite prévue à la politique entraînait la réduction du service à un débit très lent.

Plusieurs intervenants (incluant notamment Telus et le Bureau de la concurrence<sup>101</sup>) ont exprimé au CRTC l'avis que des services que le fournisseur annonçait comme étant illimités ne devraient évidemment être soumis à aucune limite, puisque cela constituerait un contresens.

Dans son analyse sur cette question, le Conseil concède que « si un client décide d'acheter un forfait illimité, il ne doit pas être soumis à des limites d'utilisation au-delà de celles qui sont nécessaires à la gestion du réseau, et ces limites doivent être clairement divulguées<sup>102</sup>. » (nos soulignés)

Un glissement semble toutefois s'être produit entre le but recherché et le libellé du Code concernant les services illimités, qui se retrouve au chapitre de la clarté (A):

#### **A. Clarté**

#### **3. Services illimités**

- (i) *Le fournisseur de services ne doit pas facturer au client des frais d'utilisation excédentaire pour les services achetés sur une base illimitée.*
- (ii) *Le fournisseur de services ne doit pas appliquer de limites à l'utilisation d'un service acheté sur une base illimitée, à moins que ces limites ne soient clairement expliquées dans la politique d'utilisation équitable. (nos soulignés)*

Le CRTC, dans son analyse, semblait convenir qu'un service illimité ne peut être limité contractuellement, à moins bien sûr que la gestion du réseau ne soit en jeu (et que, on le comprend, la sécurité du réseau ou un risque élevé d'encombrement, qui justifieraient l'application de mesures de gestion du réseau, ne soient en jeu). Le texte du Code est toutefois plus permissif : le CRTC autorise en effet que des limites soient imposées non seulement lorsque cela est nécessaire à la gestion du réseau, mais lorsque l'un des documents connexes

<sup>101</sup> *Ibid.* Voir par. 316 et la section B du mémoire du Bureau : *Submission by the Commissioner of Competition*, 6 février 2013. <http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/03531.html> (page consultée le 22 juin 2015).

<sup>102</sup> *Ibidem.* Voir par 320.

au contrat, qui traite notamment des questions relatives à la gestion du réseau, indique une telle limite.

Certes, le Conseil force les fournisseurs à expliquer clairement dans la *politique d'utilisation équitable* en quoi consisteront ces limites, et interdit la facturation de frais supplémentaires au client qui a acheté un service illimité<sup>103</sup>. Il n'en demeure pas moins que la formulation choisie par le Conseil laisse donc, délibérément, l'entière liberté aux fournisseurs de ralentir le débit de services illimités après l'atteinte d'une limite mensuelle donnée, pour peu que la limite soit mentionnée (ou expliquée) dans la *politique d'utilisation équitable*, et ce, qu'elle soit nécessaire ou pas à la gestion du réseau.

Mentionnons au passage que, bien le Code ne le rappelle pas, une clause externe ne pourra, au Québec, être opposable au consommateur si elle n'a pas été portée expressément à sa connaissance<sup>104</sup>. La simple mention (ou explication) dans un document connexe ne saurait donc probablement, dans cette province, justifier les limites imposées à un service illimité. Évidemment, le but premier de la présente recherche n'était pas d'évaluer la validité, en vertu du droit de chaque province, des innombrables clauses (internes ou externes) que l'on retrouve dans chaque contrat de services sans fil. Nous nous contenterons essentiellement de commenter les pratiques de l'industrie à la lumière des obligations prévues au Code ; mais il reste que, comme l'indique cet exemple, une application minimale de l'ensemble des obligations qui apparaissent au Code n'assurera pas la conformité des pratiques d'un fournisseur à toutes les législations auquel il doit se conformer.

### **Pratiques de l'industrie**

Bien que certains fournisseurs déclarent effectivement certaines limites de volume à leur politique dite « d'utilisation acceptable », limites dont le dépassement entraînera l'application de « mesures de gestion du trafic », l'examen des explications que les fournisseurs doivent fournir nous a permis de constater un problème de clarté de la part d'une proportion importante de FSSF. Environ la moitié des fournisseurs a déclaré imposer des limites mensuelles d'utilisation, alors que l'autre moitié indique pouvoir ralentir les vitesses d'accès dans certaines circonstances, pour lesquelles les explications sont parfois extrêmement floues, peu susceptibles d'être comprises par le consommateur. Nous avons constaté que lorsque les fournisseurs déclarent une limite de volume sur l'utilisation mensuelle, celle-ci est divulguée assez clairement, tandis que ceux qui ne limitent la capacité (autrement dit : la vitesse

---

<sup>103</sup> Le Code sur les services sans fil ne mentionne nulle part les obligations qui découlent de son cadre réglementaire sur les PGTI (qui a été étendu aux services sans fil), qui indique que le fournisseur doit divulguer aux consommateurs :

- les raisons de l'adoption de la PGTI;
- les personnes touchées par la PGTI;
- le moment où la gestion du trafic Internet se produira;
- le type de trafic Internet (p. ex. application, catégorie d'applications, protocole) qui fera l'objet de la gestion;
- comment la PGTI influera sur l'expérience Internet de l'utilisateur, notamment l'effet sur les vitesses.

Voir **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**. *Politique réglementaire de télécom CRTC 2009-657 - Examen des pratiques de gestion du trafic Internet des fournisseurs de services Internet*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, par. 60. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2009/2009-657.htm> (page consultée le 22 juin).

<sup>104</sup> Code civil du Québec, RLRQ c C-1991, article 1435.

accessible) que pour des fins de gestion du réseau ont beaucoup plus de difficulté à expliquer clairement les circonstances qui mèneront au ralentissement ou à l'interruption de service, à quelle vitesse sera ralenti les services et pour combien de temps.

Soulignons que, dans la majorité des cas, la *politique d'utilisation acceptable* est loin d'être le document contractuel le plus accessible pour le consommateur. Nous avons constaté à quelques reprises que la *politique d'utilisation acceptable* était simplement mentionnée au contrat, sans que soit décrit clairement en quoi consiste le document (et souvent sans que cette politique ne soit transmise au moment de la conclusion de l'entente, et ce, malgré le fait que l'article B.1 du Code qui exige la transmission de la politique d'utilisation acceptable et politique en matière de vie privée en même temps que la transmission de la copie permanente du contrat) et sans même d'hyperlien au contrat qui permettrait d'y accéder plus aisément. Ainsi, même si de telles manifestations de non-conformité n'étaient pas l'objet de notre recherche, il est difficile de passer sous silence ce constat. Le Conseil devrait selon nous surveiller avec vigilance le respect par les fournisseurs de cette obligation apparaissant au Code, qui semble présenter un niveau de conformité assez bas.

Passons à quelques exemples de pratiques spécifiques révélés par notre enquête.

### Clarté

En vertu du Code, les limites appliquées à un service illimité doivent être expliquées dans la *politique d'utilisation acceptable*. Plutôt que de « meilleures pratiques » de l'industrie, il faudra hélas ici parler des « moins pires », car aucune des *politiques d'utilisation équitable* n'est à notre avis irréprochable sur le plan de la clarté des renseignements transmis. Quelques rares fournisseurs se donnent la peine de fournir des renseignements un peu plus détaillés sur le fonctionnement de leur limite d'usage. Sasktel, par exemple, dans sa politique « *d'utilisation excessive* » donne des renseignements plus détaillés que la moyenne, mentionnant clairement le volume d'usage dont le dépassement déclenchera le ralentissement et les conséquences de l'atteinte de la limite.

*The current Wireless Fair Use Policy data usage limits are:*

- 10 GB or 15GB per billing period while in Canada, depending on your rate plan.
- 200 MB per billing period while roaming outside of Canada (this limit is increased to 10 GB in the United States if you subscribe to a United States Data Travel Add-On).

[...]

*If you exceed the Wireless Data Fair Use Policy usage limits, your wireless data service will be slowed (up to 256 Kbps download speed and 128 Kbps upload speed) for the remainder of your billing period.*

*Please be assured this slowdown will still allow you to access web browsing, email & instant message. However, it will impact high bandwidth consuming applications such as high definition video like Netflix<sup>105</sup>.*

---

<sup>105</sup> Comme l'entreprise la nommait elle-même dans sa politique au moment de la recherche.

Bien qu'on se doute que ces niveaux d'usage puissent ne pas être parfaitement compréhensibles pour un consommateur qui ne sait pas sur quel réseau il navigue, le fournisseur donne, pour faciliter la compréhension de l'effet des limites, une indication des usages qui seront toujours disponibles après le ralentissement des services (low bandwidth applications).

De plus, bien que la mention de l'existence de la politique d'utilisation acceptable soit particulièrement laconique au contrat (une mention qui ne peut en aucun cas être considérée comme une *explication*), se retrouve tout de même à la page deux, avec un hyperlien fonctionnel.

Certains fournisseurs sont beaucoup moins clairs : il s'agit souvent de ceux qui n'ont pas de limite prédéfinie d'utilisation mensuelle à leur service. Par exemple, le fournisseur Fido, qui mentionne l'existence de sa politique d'utilisation équitable en page 10 du contrat sur son site Web (sans hyperlien toutefois), indique que :

*Nous nous réservons le droit de gérer nos réseaux dans le but d'optimiser leur efficacité au profit de nos abonnés, en prenant notamment des dispositions concernant ce qui suit, sans s'y limiter : limite de débit (vitesse), rejet ou suppression des pourriels ou de tout autre courriel non sollicité, processus antivirus et filtrage des protocoles. Nous pourrions aussi prendre toute autre mesure, selon ce que nous jugeons approprié, pour assurer à tous les abonnés une expérience sans faille sur notre réseau<sup>106</sup>.*

On peut difficilement considérer que cette mention *explique clairement* quelque limite qui pourrait être imposée à un service illimité.

Le contrat de Rogers comportait des problèmes additionnels en matière de clarté. Il inclut une clause (parmi plusieurs autres) que le client doit parapher, stipulant qu'il reconnaît «avoir reçu une copie des Modalités de service, de la Politique d'utilisation acceptable et de la Politique de protection de la vie privée de Rogers qui font partie intégrante de la présente entente ou des présentes ententes de service et les avoir lues, comprises et acceptées», alors qu'en réalité aucun de ces documents ne lui est remis. L'existence de ces politiques est mentionnée au contrat, mais aucun hyperlien n'est fourni qui permettrait de les retracer aisément. De plus, lorsqu'on la retrouve sur le site de Rogers, la politique d'utilisation acceptable semble référer vers des documents incomplets. Le paragraphe qui en fait mention est le même que celui de Fido (cité plus haut), mais il comprend un hyperlien<sup>107</sup> qui mène, semble-t-il, à des renseignements plus détaillés (ce lien ne fonctionnait pas au moment de notre recherche).

Nous avons eu l'occasion d'étudier un contrat de Vidéotron conclu en magasin pour des services qui incluaient les appels locaux et la messagerie texte illimité, auquel les *modalités de service* étaient annexées: soit un document légal de 13 pages, en colonnes étroites, qui inclut plusieurs parties relatives à la gestion du réseau, mais où il est très difficile de discerner les

<sup>106</sup> FIDO. *Modalités de service Fido*. Fido.ca, Montréal, Québec, Canada, sans date.

[http://www.fido.ca/web/content/terms/acceptable\\_use\\_policy?lang=fr](http://www.fido.ca/web/content/terms/acceptable_use_policy?lang=fr) (page consultée le 19 mars 2015).

<sup>107</sup> « <http://www.rogers.com/politiquereseau> » Référence tirée la *politique d'utilisation acceptable* en ligne sur le site de [http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/Unified\\_AUP\\_Fr.pdf](http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/Unified_AUP_Fr.pdf) (document consulté le 15 avril 2015). La politique d'utilisation acceptable elle-même réfère à d'autres documents qui sont inaccessibles.

parties qui s'appliquent aux services d'accès à Internet de celles qui s'appliquent aux services sans fil mobiles, puisque les modalités de services semblent s'appliquer à tous les services de communication offerts par Vidéotron.

Il devient particulièrement confondant pour le consommateur de s'y retrouver lorsque le fournisseur parle de plafond de transfert de données dans une section qui semble s'appliquer aux services d'accès à Internet résidentiel et qui mentionne textuellement des services Internet sans fil. Il demeure fort difficile de savoir si ces passages s'appliquent à ses services mobiles.

*18. Dans le cas où vous êtes abonné au service Internet Sans fil, le service comprend les activités d'utilisation de la bande passante produisant un transfert de données sur le réseau Internet de 10 gigaoctets combinés par mois de transfert de données en aval (d'Internet vers vous) et en amont (de vous vers Internet)*

*19. Les accès Internet peuvent faire l'objet de pratiques de gestion du trafic. Pour plus de détails, voir <http://soutien.videotron.com/residentiel/internet/gestiontrafic><sup>108</sup>*

Plus loin dans les modalités de services, on retrouve toutefois mention que quelques paragraphes s'appliquent explicitement aux services mobiles. Ceux-ci sont truffés (comme d'autres passages dans le contrat), de phrases longues et presque impossibles à comprendre pour le commun des mortels et qui, de toute évidence, n'ont pas fait l'objet de quelque travail de vulgarisation pour l'adapter à ce public. Par exemple :

*46. Vous reconnaissez que la TMO ainsi que certains des services reliés à la TMO sont disponibles seulement lorsque l'Équipement est localisé dans le rayon d'action des installations du réseau mobile de Vidéotron ou des Transporteurs et que la TMO peut être temporairement refusée, interrompue ou limitée en raison de i) limitations du réseau mobile de Vidéotron et/ou Transporteurs, telles que des limitations de capacité; ii) limitations de transmission causées par des interférences atmosphériques, topographiques, interférences radio et autres facteurs hors du contrôle de Vidéotron et/ou des Transporteurs; iii) modifications, mises à niveau, relocalisations, réparations et autres activités de même nature aux équipements de Vidéotron et/ou des Transporteurs, requises pour le bon fonctionnement ou l'amélioration de la TMO; iv) la défaillance des installations de communication appartenant à des tiers, qui sont interconnectées aux installations de Vidéotron et/ou des Transporteurs; ou v) lors du transfert du réseau de Vidéotron au réseau d'un Transporteur. Vos appels peuvent être déconnectés temporairement en raison de multiples facteurs tels que, sans limitation, les conditions atmosphériques, la topographie, la faiblesse des batteries, la surcapacité du système, les déplacements à l'extérieur de la localisation géographique où la TMO est disponible et les intervalles à l'intérieur d'une localisation géographique où la TMO est disponible<sup>109</sup>.*

---

<sup>108</sup> **VIDEOTRON.** Services résidentiels, - Annexe A -, Modalités et conditions.

<sup>109</sup> *Ibid.*

## Pratiques de commerces

Éloignons-nous maintenant des préoccupations relatives à la clarté et inspectons plutôt la nature des pratiques de commerce. Sur ce plan, Sasktel s'est démarqué du fait qu'il s'agit du fournisseur, parmi ceux qui déclarent ralentir des vitesses après l'atteinte d'un certain volume mensuel d'utilisation, qui opère le ralentissement le moins dramatique, soit à 256 kbps. Bien qu'il s'agisse d'une vitesse d'une ère passée, elle permet quand même certains usages de base (Bell et Virgin, par exemple, déclarent ralentir le consommateur à une vitesse de 16 kbps une fois atteinte la limite mensuelle de 25 gigaoctets – puisqu'il ne s'agit pas de services illimités), le tout déclaré expressément à la page 15 du contrat type qu'il nous a été donné d'étudier.

Évidemment, on pourrait arguer que tous les fournisseurs qui ne précisent pas de ralentissement des vitesses après l'atteinte d'un certain volume mensuel d'utilisation (et donc qui agissent seulement, on suppose, lorsque le réseau est congestionné ou qu'il est compromis pour des raisons de sécurité) pourraient théoriquement être avantageux, mais vu le manque flagrant de clarté de la plupart de ces politiques, leur méthode d'application nous apparaît des plus imprévisibles. Il s'agit toutefois là d'une problématique qui dépasse les obligations spécifiques du Code sur les services sans fil, les questions relatives aux limitations de vitesse étant plutôt couvertes dans la politique réglementaire de télécom 2009-657<sup>110</sup>. Rappelons que les obligations imposées aux fournisseurs Internet dans la décision précédente ont également été étendues aux services mobiles dans la décision de télécom 2010-445<sup>111</sup>.

### d) B 1. iv contrats et documents connexes (Principales modalités et autres aspects du contrat)

#### Analyse du Code

Comme nous le mentionnions précédemment, il ressort clairement de la décision sur le Code que l'un des objectifs centraux de l'initiative est d'améliorer l'information offerte aux consommateurs afin de leur permettre de faire des choix éclairés. Dans son introduction, le Code le dit expressément :

*Le CRTC a créé le Code pour que les consommateurs des services sans fil connaissent mieux leurs droits et leurs obligations associés à leur contrat avec les fournisseurs de services.*

Afin d'assurer un niveau satisfaisant d'information aux consommateurs, le CRTC a établi une liste d'éléments qui doivent faire partie des renseignements qui se retrouveront au contrat, qui doit obligatoirement être constaté par un écrit dont une copie permanente sera remise au client.

<sup>110</sup> *Op. cit.*, note 103, CRTC, *Politique réglementaire 2009-657*. Voir par 60.

<sup>111</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES**. *Décision de télécom CRTC 2010-445 - Modifications apportées au cadre d'abstention concernant les services de données mobiles sans fil*. CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 30 juin 2010. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2010/2010-445.htm> (page consultée le 20 mai 2015).

Voici cette liste telle qu'elle apparaît au Code :

**B. Contrats et documents connexes**

**1. Contrats de services postpayés**

(iv) Les contrats de services postpayés doivent présenter clairement tous les renseignements suivants (points a. à m.) :

**Principales modalités du contrat :**

- a. les services compris dans le contrat et les limites d'utilisation de ces services qui pourraient entraîner des frais d'utilisation excédentaire ou autres frais supplémentaires ;
- b. le montant des frais mensuels minimaux pour les services compris dans le contrat;
- c. la période d'engagement, y compris la date de fin du contrat;
- d. s'il y a lieu :
  - i. le total des frais de résiliation anticipée;
  - ii. le montant par lequel les frais de résiliation anticipée diminuent chaque mois ;
  - iii. la date à compter de laquelle les frais de résiliation anticipée ne s'appliqueront plus au client;
- e. si le contrat comprend un appareil subventionné :
  - i. le prix de détail de l'appareil (le plus petit des montants suivants : le prix de détail suggéré par le fabricant ou le prix établi pour acheter, sans contrat, l'appareil du fournisseur de services);
  - ii. le montant payé par le client pour l'appareil;
  - iii. les frais de déverrouillage de l'appareil, s'il y a lieu;

**Autres aspects du contrat**

- f. une description des documents connexes, y compris les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitables;
- g. une liste complète des frais ponctuels, énumérés séparément;
- h. la période d'essai du contrat, y compris les limites d'utilisation connexes ;
- i. les frais des services facultatifs sélectionnés par le client lors de la conclusion du contrat;
- j. si le contrat sera prolongé automatiquement de mois en mois à la fin du contrat et, le cas échéant, à compter de quelle date;
- k. si le remplacement de l'appareil ou la modification d'une modalité du contrat prolonge la période d'engagement du client ou modifie d'autres aspects du contrat ;
- l. le cas échéant, le montant du dépôt de garantie et les modalités connexes, y compris les conditions de retour du dépôt;
- m. comment les clients peuvent se renseigner sur :
  - i. les frais des services facultatifs et payables à l'utilisation;
  - ii. la garantie offerte par le fabricant de l'appareil;
  - iii. les outils pour les aider à gérer leur facture, y compris les avis d'utilisation et d'itinérance de données, les limites d'utilisation de données et les outils de surveillance de l'utilisation;
  - iv. la zone de couverture des services du fournisseur de services, y compris comment consulter des cartes de couverture des services complètes;
  - v. comment communiquer avec le service à la clientèle du fournisseur de services;
  - vi. comment porter plainte au sujet des services sans fil, y compris comment communiquer avec le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications inc. (CPRST);
  - vii. le Code sur les services sans fil. (Nos soulignés)

Si la liste semble longue et qu'elle semble tout prévoir afin que le consommateur soit bien au fait de ce à quoi les parties au contrat sont engagées, il appert que plusieurs des éléments décrits à cette liste comportent des ambiguïtés qui sont susceptibles d'avoir des conséquences sur la qualité des renseignements qui apparaîtront au contrat. Les éléments que nous avons soulignés dans la liste présentent, selon nous, des ambiguïtés ou laissent une certaine marge d'interprétation et de manœuvre aux fournisseurs sur les moyens à employer pour informer les consommateurs. Nous traiterons point par point de ces éléments.

*B.1.(iv) a. [Les contrats doivent présenter clairement ]...les limites d'utilisation des [services compris dans le contrat] qui pourraient entraîner des frais d'utilisation excédentaire ou autres frais supplémentaires;*

À la lumière de l'article A3, le Conseil n'impose la dénonciation à la copie permanente du contrat que des limites d'utilisation qui sont susceptibles d'entraîner des frais supplémentaires, jugeant donc, a contrario, acceptable que les limites d'usage que le fournisseur pourrait imposer à ses clients mais qui n'entraînent pas de frais supplémentaires ne soient dénoncées qu'à la politique d'utilisation acceptable, un document connexe.

Si ce silence que permet le Code sur certaines limites d'utilisation est surprenant, le fait que le montant desdits frais supplémentaires, une fois mentionnées les limitations d'usage qui pourraient les entraîner, n'ait pas à se retrouver au contrat laisse perplexe.

L'article B.1 impose en effet la divulgation d'une variété de frais : le montant des frais minimaux mensuels ; le total des frais de résiliation anticipée ; la liste complète des frais ponctuels ; les frais des services facultatifs sélectionnés par le client ; ainsi que celle des moyens de se renseigner sur les frais des services facultatifs payables à l'utilisation, mais rien de spécifique sur les frais d'utilisation supplémentaire, ni sur la manière de prendre connaissance de ces frais. Les frais d'utilisation supplémentaire ont pourtant fait l'objet de tant de grogne que le Conseil a imposé des plafonds pour les frais de données excédentaires.

Le Code impose la divulgation au contrat des « frais mensuels minimaux », une formule qui fait l'objet d'une définition :

***Frais mensuels minimaux :***

Le montant minimal que les clients doivent payer chaque mois pour les services sans fil, ce qui ne comprend pas les services facultatifs, les frais supplémentaires ou les frais d'utilisation excédentaire. Des taxes, précisées dans le contrat, peuvent s'ajouter à ces frais.

Si l'idée de divulguer les frais mensuels minimaux paraît judicieuse, cette inscription au contrat pourrait par contre créer une certaine confusion chez le consommateur qui consultera le «résumé des renseignements essentiels» (C), puisque ce résumé reproduit les frais mensuels minimaux qui doivent apparaître au contrat, mais indique aussi des «frais mensuels totaux» (qui ne sont pas définis dans le Code). De plus, on remarque que les frais mensuels à payer pour rembourser l'appareil subventionné ne font pas partie des exclusions prévues à la définition. On pourrait donc croire que ces frais font partie du *montant minimal que les clients doivent payer chaque mois pour les services sans fil*, malgré que les frais pour l'appareil ne soient pas des *frais pour les services*.

Le Code impose la dénonciation au contrat des frais qui pourraient s'appliquer en cas de résiliation anticipée par le client, et le mode de calcul de leur diminution au fil de la durée du contrat :

**B.1.(iv) d. s'il y a lieu :**

- i. le total des frais de résiliation anticipée;
- ii. le montant par lequel les frais de résiliation anticipée diminuent chaque mois ;
- iii. la date à compter de laquelle les frais de résiliation anticipée ne s'appliqueront plus au client;

Cette obligation n'occasionne en soi de notre part aucun commentaire. Cependant, nous verrons plus loin, dans la section qui traitera de certains articles qui traitent spécifiquement des frais de résiliation anticipée (articles G2 et G3), que la flexibilité que le Conseil a allouée pour la manière d'amortir les frais de résiliation anticipée a un impact certain sur la clarté de l'information.

L'idée d'imposer au fournisseur d'indiquer le prix de l'appareil, soit le montant le plus bas entre le prix de détail auquel il le vend et le prix de détail suggéré par le fabricant, est louable, et cette indication sera utile lorsque viendra le temps, le cas échéant, de calculer les frais de résiliation.

**B.1.(iv) e. si le contrat comprend un appareil subventionné :**

- i. le prix de détail de l'appareil (le plus petit des montants suivants : le prix de détail suggéré par le fabricant ou le prix établi pour acheter, sans contrat, l'appareil du fournisseur de services);

Cela dit, l'indication par le fournisseur du plus bas prix risque, comme nous le verrons plus loin, d'être particulièrement difficile à vérifier. Nous verrons plus loin que les mentions sur le prix de détail de l'appareil peuvent être des plus cryptiques, et qu'aucun des contrats que nous avons étudiés n'a fait référence au prix de détail suggéré par le fabricant.

Le fournisseur doit remettre au client, lors de la conclusion du contrat, une *copie permanente* du contrat et des documents connexes. Le contrat doit quand même « décrire » ces documents connexes :

**B.1.(iv) f. une description des documents connexes, y compris les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitable;**

Dans le contexte, cette obligation, telle que formulée, nous apparaît particulièrement floue. En quoi donc doit consister une « description » des documents connexes? De toute évidence, le choix du terme « description » implique plus qu'une simple identification ; nommer ces documents ou indiquer qu'ils font partie intégrante du contrat ne pourra suffire. Le contrat doit-il résumer le contenu de ces documents? En signaler expressément certaines clauses importantes?

Le Code impose aussi qu'apparaissent au contrat les renseignements sur le dépôt de garantie :

**B.1.(iv)l.** *le cas échéant, le montant du dépôt de garantie et les modalités connexes, y compris les conditions de retour du dépôt;*

Il est malheureusement difficile de déterminer en quoi consistent exactement ces modalités connexes. À défaut de faire l'objet d'une énumération explicite, ces modalités connexes risquent d'être définies dans la plus grande subjectivité par les principaux intéressés.

La liste des obligations de dénonciation au contrat se conclut avec une obligation de renseigner sur « comment les clients peuvent se renseigner » (B.1.(iv) l.) sur sept questions différentes. Cette obligation laisse carte blanche aux fournisseurs : non seulement les invite-t-elle à ne pas inclure les renseignements sur ces questions directement contrat, mais son libellé, trop vague, ouvre la porte à des références générales qui n'informeront pas le consommateur, et qui ne permettront donc pas l'atteinte des objectifs du Code. Une référence au site Internet du fabricant, par exemple (« Vous pouvez trouver des renseignements sur la garantie sur le site du fabricant »), remplirait-elle cette obligation d'information ? Comme le Code ne mentionne pas que ces sujets doivent être mentionnés expressément, une clause qui se lirait « Pour tout autre renseignement, veuillez vous rendre sur notre site Internet » conviendrait-elle ? Qu'advient-il, si le contrat ne fait que référer le consommateur à la façon d'obtenir les renseignements, si les conditions qui sont affichées, par exemple, sur un site Web changent en cours de contrat ? Comment le consommateur sait-il, au moment où il consulte ces renseignements, quelles étaient les conditions au moment de la conclusion du contrat ?

En somme, les éléments à l'article B.1.(iv)m. font l'objet d'un traitement flou quant à leur inclusion au contrat. En effet, on y retrouve certains renseignements pour lesquels les fournisseurs n'ont qu'à donner des références sur les manières d'y avoir accès, alors que certains de ces renseignements devraient à notre avis, faire partie inhérente du contrat (notamment les frais des services facultatifs et payables à l'utilisation).

### **Pratiques de l'industrie**

Plusieurs sujets qui font l'objet d'une divulgation obligatoire au contrat seront traités dans les prochaines sections, il serait donc superflu de traiter ici de chacun des sujets abordés dans le présent article, point par point. Nous limiterons donc nos constats à certains éléments d'information qui ne seront pas traités subséquentment. Nous présenterons, lorsque pertinents, des exemples de pratiques de l'industrie pour étayer notre propos.

### **Limites d'utilisation**

*B.1.(iv) a. «[Les contrats doivent présenter clairement ]...les limites d'utilisation [services compris dans le contrat] qui pourraient entraîner des frais d'utilisation excédentaire ou autres frais supplémentaires...»*

Il est important de noter ici que, malgré le fait que cet article oblige une divulgation des limites qui peuvent entraîner des frais supplémentaires, il n'inclut pas (ni aucun sous article de B.1.(iv) d'ailleurs) que soient divulgués si oui ou non, des frais de dépassement peuvent s'appliquer, ni même quels sont ces tarifs d'utilisation excédentaires. Pourtant, les pratiques de nombreux fournisseurs semblent indiquer qu'ils considèrent ces frais supplémentaires importants : rares sont ceux qui n'en feront jamais mention au contrat, mais rares sont ceux aussi qui osent offrir des renseignements détaillés à leur sujet. Certains prévoient des avertissements explicites lorsque le dépassement des limites peut entraîner des frais supplémentaires (notamment Virgin ci-dessous) mais tous n'indiquent pas nécessairement les frais qui peuvent s'appliquer aux dépassements.

Le contrat de Virgin par exemple, affiche les limites applicables, et un avertissement général qui précise que les utilisations excédentaires peuvent entraîner des frais. L'utilisateur doit se référer à la page Web dont l'adresse est indiquée pour accéder auxdits frais, qui pourraient donc être modifiés en tout temps. Bien que Virgin offre un peu plus d'information que ne l'oblige le Code, il reste néanmoins que cette mention au contrat est insuffisante pour informer clairement les clients sur les tarifs applicables au dépassement des limites.

Voici un extrait du contrat :

<b>VOTRE FORFAIT</b>	
<b>Forfait :</b> Argent Appels 30	<b>Frais mensuels minimums :</b> 30,00 \$
<ul style="list-style-type: none"><li>• 100 minutes en tout temps</li><li>• monMonde</li><li>• Messagerie texte et photo illimitée au Canada et aux É.-U.</li><li>• Textos entrants illimités</li><li>• Afficheur inclus</li><li>• L'appel en attente et la conférence à trois</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Soirs et weekends illimités dès 17 h</li><li>• Appels partout au Canada</li><li>• Illimités Mess. texte international</li><li>• Données à la carte</li><li>• Boîte vocale 3 incluse</li></ul>
<i>Si vous dépassez l'utilisation incluse dans votre forfait ou si vous modifiez votre forfait, des frais supplémentaires peuvent s'appliquer. Les frais d'utilisation excédentaire peuvent être modifiés en tout temps. Pour les détails et frais des forfaits actuels, visitez le <a href="http://vm.ca/forfaits">vm.ca/forfaits</a>.</i>	

Rogers était l'un des rares à accompagner la divulgation au contrat des limites d'usage d'une liste des frais d'utilisation supplémentaires, bien que ces derniers pourraient être encore beaucoup plus limpides sur la question : la formulation (description de l'utilisation excédentaire) affectant quelque peu la clarté du texte.

Voici un extrait du document :

<b>Inclus dans le forfait</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>● 200 minutes locales de jour</li><li>● Soirs et week-ends locaux illimités (18 h à 7 h)</li><li>● Messages sortants et entrants illimités (texte, photo et vidéo)</li><li>● Affichage des appels et Messagerie vocale</li><li>● 2 500 minutes de Renvoi d'appel</li><li>● Conférence téléphonique</li><li>● Appel en attente</li></ul>	
Description de l'utilisation excédentaire	Tarif d'utilisation excédentaire
Temps d'antenne (la minute) Jour Sem	<b>0,45\$</b>
<hr/>	
Appel interurbain au Canada (la minute)	<b>0,55\$</b>
Appel interurbain aux États-Unis (la minute)	<b>0,55\$</b>
Renvoi sur occupation W-end	<b>0,10\$</b>
Renvoi d'appels W-end	<b>0,10\$</b>
Renvoi sur non-réponse W-end	<b>0,10\$</b>
Renvoi d'appel (la minute) W-end	<b>0,10\$</b>

Le contrat de TELUS que nous avons étudié n'indiquait pas les tarifs d'utilisation supplémentaire, mais référait à un hyperlien pour les services payables à l'usage.

Les contrats de Fido que nous avons étudiés indiquent bel et bien au contrat les frais d'utilisation supplémentaire (les minutes d'appels supplémentaires, du moins), mais pas les limites d'usage, qui doivent pourtant obligatoirement faire l'objet d'une divulgation à la copie permanente du contrat.

En fait, certains fournisseurs indiquent à leur contrat les prix des services payables à l'utilisation (alors que le Code ne leur impose que d'indiquer comment se renseigner sur ces frais), mais pas les frais de dépassement des limites d'usage, il s'agit là d'une certaine ironie.

Koodo, par exemple, indique au contrat certains tarifs en itinérance, les frais d'utilisation supplémentaire pour les données mobiles, mais rien sur les tarifs des minutes locales excédentaires. Et les limites pour les données mobiles sont à ce point basses qu'on se questionne très sérieusement sur une possible erreur de frappe à la conclusion du contrat.

Extrait du contrat de Koodo :

**Mon forfait mensuel :**  
**CAN Min et txt 100min 29\$**  
Minutes d'appel local en tout temps : 100  
Données incluses :  
Données au Canada: 250 KB

En résumé, on voit que la marge de manœuvre laissée par le Code, qui prescrit d'indiquer les limites sans imposer le montant des frais de dépassement, est le plus souvent utilisée par les fournisseurs pour ne donner au contrat que le minimum d'information, et ce, de manière parfois peu ordonnée.

### **Prix de détail de l'appareil**

**B.1.(iv)e. si le contrat comprend un appareil subventionné :**

- i. le prix de détail de l'appareil (le plus petit des montants suivants : le prix de détail suggéré par le fabricant ou le prix établi pour acheter, sans contrat, l'appareil du fournisseur de services);

Si le contrat comprend un appareil subventionné, le prix de détail de l'appareil est généralement indiqué simplement. Certaines mentions au contrat peuvent toutefois porter à confusion. Par exemple, malgré le fait que Fido indique le «prix sans abonnement» de l'appareil en début de contrat, l'extrait ci-dessous qui semble faire référence à la fixation du prix de détail de l'appareil est quelque peu confondant:

*Le montant du Bénéfice économique total est déduit du prix sans abonnement de Fido afin de déterminer le coût suggéré de l'appareil de Rogers. Le coût de l'appareil ne comprend pas les rabais additionnels offerts par le représentant des ventes en magasin.*

Le Code est pourtant clair sur ce point : c'est le prix de détail ou le prix suggéré de l'appareil qui doit être dénoté au contrat, pas un calcul savant qui permettrait de déterminer le prix suggéré (!!), et pas le coût sans les rabais, le prix de détail ou le prix suggéré par le fabricant.

### **Montant payé par le client pour l'appareil**

**B.1.(iv)e. si le contrat comprend un appareil subventionné :**

- ii. le montant payé par le client pour l'appareil;

Alors que le Code exige des fournisseurs qu'ils indiquent le montant payé par le client, et non la façon de calculer ce montant, certains contrats imposent aux consommateurs de faire lui-même le calcul (prix de détail de l'appareil – rabais accordé)

## **Description des documents connexes**

**B.1.(iv)f.** *une description des documents connexes, y compris les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitable;*

Les pratiques sont très variables d'un fournisseur à l'autre en ce qui a trait à la description des documents connexes.

Certains, plutôt que de décrire les documents, comme le leur impose le Code, résument plutôt au contrat une partie de leur contenu et soulignent des éléments importants de leurs politiques de vie privée ou d'utilisation équitable. Les contrats de Bell et de Virgin, par exemple, comportent une description de plusieurs des éléments de leur politique sur l'usage des renseignements personnels, alors que d'autres ne font que mentionner l'existence de ces politiques et réfèrent à un document externe, parfois de manière excessivement vague (titre du document seulement, sans hyperliens par exemple) en prenant toutefois bien soin de préciser que le client est lié par ces documents.

De plus, comme nous l'avons mentionné précédemment, nous avons vu des contrats qui comportent une clause que le consommateur doit signer ou parapher à la conclusion du contrat, qui confirme qu'il a pris connaissance de ces documents connexes. Or, il arrive que, malgré la clause ou le paraphe, le consommateur n'a en fait jamais eu l'occasion de prendre connaissance de ces documents connexes<sup>112</sup>, qui ne lui auront pas été remis au point de vente<sup>113</sup>, malgré que la remise d'une copie permanente de ces documents soit par ailleurs imposée par le Code. Voici un exemple, dans lequel nous avons surligné la clause problématique.

---

<sup>112</sup> C'est ce qui est arrivé notamment dans certains des cas pour lesquels nous avons étudié les contrats.

<sup>113</sup> Les contrats de Vidéotron que nous avons étudiés faisaient référence à une annexe B qui n'a jamais été remise au client (document apparemment présenté au contrat tel que «Énoncé des droits de résolutions du consommateur et formulaire de résolution»). De même, le contrat de Rogers que nous avons étudié exigeait du consommateur qu'il appose ses initiales à une clause dans laquelle il reconnaît, au moment de la conclusion du contrat, avoir pris connaissance des documents connexes (une clause enfouie parmi plusieurs autres), alors que les documents ne lui ont jamais été remis en mains propres.

En signant ci-dessous, vous :

- autorisez Rogers à obtenir des renseignements concernant vos antécédents de crédit et reconnaissez que Rogers pourra fournir des renseignements à d'autres concernant votre expérience de crédit auprès de Rogers (ne s'applique pas au service prépayé);
- autorisez Rogers à recueillir et à utiliser vos données de localisation personnelles courantes et historiques associées à tout appareil que vous utilisez aux termes de la présente Entente de service ou des présentes Ententes de service pour vous fournir des services de géolocalisation, étant entendu que vous pouvez vous désabonner de ces services en tout temps;
- acceptez que les renseignements relatifs à votre compte peuvent, à l'occasion, être communiqués à d'autres membres de l'organisation Rogers Communications inc. ainsi qu'à nos mandataires et concessionnaires autorisés afin de vous servir, de répondre à vos questions et de faire du télémarketing (y compris en utilisant des dispositifs de composition et d'annonce automatiques) afin de vous proposer d'autres produits et services de l'organisation Rogers susceptibles de vous intéresser. Si vous ne souhaitez pas recevoir d'offres ni de renseignements de sociétés de Rogers, consultez rogers.com/consentement ou communiquez avec le Service à la clientèle de Rogers en écrivant au 300 6815, 8e rue N.-E., Calgary (Alberta) T2E 7H7; ou au 40, rue Weber E., 5e étage, Kitchener (Ontario) N2H 6R3; ou au 6315, chemin de la Côte-de-Liesse, Saint-Laurent (Québec) H4T 1E5; ou en composant \*611 sur votre téléphone sans fil;
- confirmez par la présente que, si vous demandez le transfert de tout numéro de téléphone mentionné ci-dessus d'un autre fournisseur de service, vous êtes le titulaire du compte associé à ce numéro de téléphone ou son mandataire autorisé. Vous autorisez Rogers à communiquer avec votre fournisseur de service actuel afin de transférer le numéro chez Rogers;
- acceptez d'être tenu responsable du paiement de tous les frais exigibles et des autres obligations en vertu de votre Entente ou de vos Ententes de service;
- acceptez de recevoir les documents que nous vous fournissons en format électronique;
- reconnaissez avoir reçu une copie des Modalités de service, de la Politique d'utilisation acceptable et de la Politique de protection de la vie privée de Rogers qui font partie intégrante de la présente entente ou des présentes ententes de service et les avoir lues, comprises et acceptées.

Il va sans dire que la description des documents connexes est une obligation qui s'ajoute à celle qui consiste en la remise d'une copie permanente de ces documents, et que la lecture de la description n'équivaut pas à la lecture, la compréhension et l'acceptation des politiques de l'entreprise, ni, évidemment, à la remise des documents. Paraphe ou pas.

### Liste des frais ponctuels

#### **B.1.(iv)g. une liste complète des frais ponctuels, énumérés séparément;**

La qualité de l'information fournie sur les frais ponctuels varie énormément d'un fournisseur à l'autre. Certains indiquent les quelques frais ponctuels applicables, alors que d'autres réfèrent le consommateur à une page Web où il trouvera tous les frais ponctuels possibles (dont la majorité semble n'avoir aucun lien avec le service auquel il est abonné). Il va sans dire que le renvoi à un site Web où se trouve l'information n'équivaut pas à une présentation claire dans le contrat des éléments prescrits. Un renvoi n'est pas une liste claire et détaillée (surtout lorsque l'hyperlien n'est pas fonctionnel)<sup>114</sup>.

<sup>114</sup> Nous faisons ici référence à une mention au contrat de Koodo sur les frais uniques.

Si le Code exige que les renseignements soient présentés clairement, il est difficile de considérer que la dénomination de certains frais qui se retrouvent dans la liste prescrite, lorsqu'elle est présente au contrat, aide réellement à la compréhension par le consommateur: on retrouve dans certaines listes, notamment, mention de «un temps frais» (traduction cocasse – quoiqu'un peu paresseuse – mais certainement pas claire, de «one-time fee»), et d'autres dont on ne comprend pas le sens ou la fonction: «frais d'administration», «OCC-Activation Fee Data», «Network Access» (qui apparaît deux fois dans une même liste au contrat de Sasktel), etc.

### **Frais des services facultatifs sélectionnés**

#### ***B.1.(iv)i. les frais des services facultatifs sélectionnés par le client lors de la conclusion du contrat;***

Plusieurs des contrats qui ont fait l'objet de l'étude ne comprenaient pas l'ajout de services optionnels. Nos vérifications sur l'information apparaissant au contrat à ce titre ont donc été limitées.

Là n'est pas l'objet de notre étude, mais d'ordre général, les frais relatifs aux services facultatifs qui auront été sélectionnés par le consommateur à la conclusion du contrat sont divulgués. Les problèmes les plus importants que nous aurons constatés concernent la clarté de l'information : les formulations employées ou l'emplacement choisi pour divulguer l'information n'aident pas du tout à sa prise de connaissance et sa compréhension.

D'après ce que nous avons observé, il peut arriver que les services facultatifs sélectionnés par le client se retrouvent mentionnés de façon parfois un peu mystérieuse : les «Frais mensuels pour les Services mensuels», par exemple, au contrat de Fido. On assume, puisque ces frais sont mentionnés en dessous des «Frais mensuels pour les Services à durée déterminée », qu'il s'agit là des frais applicables aux services facultatifs sélectionnés. Ainsi, il y a bien une catégorie destinée à indiquer leur prix, mais la clarté laisse grandement à désirer.

### **Frais des autres services facultatifs**

#### ***B.1.(iv)m. comment les clients peuvent se renseigner sur :***

##### *i. les frais des services facultatifs et payables à l'utilisation;*

Les fournisseurs réfèrent souvent à leur site Internet pour l'accès aux renseignements sur les frais des services facultatifs et payables à l'utilisation, parfois sans fournir d'hyperlien spécifique (ou fonctionnel). Parfois il faut se référer aux modalités de service. Il est arrivé que le fournisseur n'offre tout simplement aucune information à ce sujet dans le contrat. Bien qu'on puisse retrouver une mention à cet effet dans la majorité des copies permanentes de contrat, il n'en demeure pas moins que ces mentions ne permettent pas nécessairement aux consommateurs de trouver ces renseignements facilement.

## **Garantie offerte par le fabricant de l'appareil**

### **B.1.(iv)m. comment les clients peuvent se renseigner sur :**

- ii. *la garantie offerte par le fabricant de l'appareil;*

Les contrats font habituellement référence à l'existence de la garantie offerte par le fabricant, mais pas toujours bien en évidence ; en d'autres termes, il s'agit du type de renseignement qui se perd facilement dans les dédales que constituent les « autres renseignements contractuels ». De plus, la garantie du fabricant n'est pas nécessairement identifiée comme telle dans les contrats.

Les fournisseurs réfèrent le plus souvent les clients à des brochures ou à des hyperliens qui mènent vers des sites où ils pourront trouver plus de renseignements. Ces références se retrouvent parfois dans les modalités de services, plutôt que dans la copie permanente du contrat.

## **Zone de couverture**

### **B.1.(iv)m. comment les clients peuvent se renseigner sur :**

- iv. *la zone de couverture des services du fournisseur de services, y compris comment consulter des cartes de couverture des services complètes;*

La majorité des fournisseurs indique l'adresse d'une page Web qui présente leur zone de couverture ; certains réfèrent seulement au site Web, sans hyperlien. En somme, encore une fois, bien que cette manière de se conformer à l'exigence qui apparaît au Code soit correcte, on peut se demander s'il s'agit de la manière la plus conviviale de faire. L'imposition de frais d'itinérance lorsque le client se retrouve à l'extérieur des zones n'est par contre pas toujours clairement indiquée.

## **Service à la clientèle du FSSF**

### **B.1.(iv)m. comment les clients peuvent se renseigner sur :**

- v. *comment communiquer avec le service à la clientèle du fournisseur de services;*

Évidemment, les fournisseurs indiquent toujours au contrat un moyen de les joindre, mais le degré d'exhaustivité des modes de communication et l'emplacement de l'information ne sont pas toujours uniformes d'un contrat à l'autre. Le Code n'exige toutefois aucune uniformité. Certains réfèrent à un hyperlien, qu'ils fournissent, pour les coordonnées complètes.

## Comment porter plainte

### **B.1.(iv)m. comment les clients peuvent se renseigner sur :**

- vi. comment porter plainte au sujet des services sans fil, y compris comment communiquer avec le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications inc. (CPRST);
- vii. le Code sur les services sans fil.

Les renseignements sur les façons de porter plainte se retrouvent habituellement à proximité des coordonnées du fournisseur. Le degré d'exhaustivité des renseignements sur le CPRST est variable : les coordonnées sont parfois complètes, mais on ne trouve parfois qu'un hyperlien. Il s'agit de l'approche minimaliste en vue de se conformer au Code, qui n'exige que des renseignements sur la façon de se renseigner.

On ne retrouve jamais le Code à même les contrats. Typiquement, les fournisseurs indiquent son existence et fournissent un hyperlien vers le site du CRTC pour y avoir accès. Nous avons toutefois repéré un contrat qui n'y faisait aucune référence.

## e) C1 Résumé des renseignements essentiels

### Analyse du Code

Dans sa décision relative au Code sur les services sans fil, le Conseil a considéré que l'obligation pour les fournisseurs d'offrir un résumé des renseignements essentiels serait une mesure efficace en vue d'accroître la qualité de l'information transmise aux consommateurs :

*68. Les exigences décrites ci-dessus aux paragraphes 53 et 61, portant sur le contenu et la clarté des contrats, sont pertinentes, mais ne constituent pas une mesure suffisante pour garantir que les consommateurs disposent de renseignements clairs et concis sur certains aspects importants de leurs services sans fil.*

*69. L'exigence de fournir un résumé des renseignements essentiels, c'est-à-dire un résumé d'une ou deux pages du contrat, aiderait grandement les consommateurs à comprendre rapidement les aspects fondamentaux de leur contrat<sup>115</sup>.*

Bien que la nécessité pour les consommateurs d'avoir accès le plus facilement possible à des renseignements au sujet de leur contrat n'ait pas soulevé d'opposition ou de controverse, la question du moment opportun de communiquer ce résumé des renseignements essentiels a suscité plus de débats. La plupart des groupes de consommateurs étaient d'avis que le résumé des renseignements essentiels devait être accessible avant la conclusion du contrat, afin de faciliter la comparaison des services sans fil entre les différents fournisseurs et permettrait au consommateur de savoir plus exactement, avant de conclure le contrat, ce à quoi les parties s'engageaient. Les membres de l'industrie ont quant à eux argué essentiellement que la production de tels documents pour remise avant la conclusion du contrat serait exagérément coûteuse. Les fournisseurs ont ajouté que les FSSF devraient pouvoir personnaliser la structure

---

<sup>115</sup> *Op. cit.*, note 17, **CRTC**, *Politique réglementaire 2011-291*.

et le contenu du document, ainsi que la présentation des renseignements, et que le Code ne devrait pas être excessivement normatif<sup>116</sup>.

Le Conseil statuera finalement que le résumé des renseignements essentiels devra être fourni au client à la conclusion du contrat –le fournisseur étant libre de le remettre avant la conclusion, s'il le souhaite –, et que les fournisseurs auront la liberté de les personnaliser comme bon leur semble, à condition d'y inclure les renseignements prescrits par le Code et de placer ces renseignements bien en évidence. Voici le libellé qui apparaît au Code :

### **C. Résumé des renseignements essentiels**

#### **1. Résumé des renseignements essentiels**

- (i) *Le fournisseur de services doit fournir un résumé des renseignements essentiels au client lorsqu'il fournit une copie permanente du contrat pour les services postpayés. Ce document résume les éléments les plus importants du contrat pour le client.*
  
- (ii) *Le fournisseur de services doit s'assurer que le résumé des renseignements essentiels contient tous les renseignements suivants :*
  - a. *une description complète des principales modalités du contrat (voir les éléments B.1. (iv) a. à e. décrits ci-dessus);*
  - b. *les frais mensuels totaux, y compris les frais des services facultatifs sélectionnés par le client lors de la conclusion du contrat;*
  - c. *des renseignements sur tous les frais ponctuels et frais supplémentaires;*
  - d. *des renseignements sur la manière de porter plainte au sujet des services sans fil du fournisseur de services, y compris comment communiquer avec le service à la clientèle du fournisseur de services et le CPRST.*
  
- (iii) *Le fournisseur de services doit s'assurer que le résumé des renseignements essentiels :*
  - a. *correspond exactement au contenu du contrat;*
  - b. *est un document distinct du contrat écrit ou figure bien en évidence dans les deux premières pages du contrat écrit;*
  - c. *est clair, concis (pas plus de deux pages), rédigé en langage simple et écrit dans une police de caractères facile à lire. (Nos soulignés)*

Une fois de plus, les éléments que nous avons soulignés sont, à notre avis, les passages où il y a une forme d'ambiguïté, provoquée par le manque de spécificité, ou qui allouent une flexibilité particulière à l'industrie dans son application. On retiendra de plus que le CRTC, à la suggestion des fournisseurs, leur a laissé une grande flexibilité pour ce qui est de la structure et du contenu du document, ainsi que de la présentation des renseignements

Par exemple en ce qui concerne les frais mensuels totaux, on constate que, outre l'obligation d'y inclure les montants des services facultatifs sélectionnés par le client, le Code ne précise pas le traitement qui soit être appliqué à d'autres éléments, notamment les frais qui peuvent être alloués à l'amortissement mensuel du financement consenti sur le téléphone sans fil, ou les taxes (bien que l'article A.2 dise que le fournisseur doit préciser si le prix indiqué au contrat inclut les taxes). Les frais mensuels totaux sont-ils constitués simplement par l'addition des *frais mensuels minimaux* et des frais des services facultatifs sélectionnés par le client lors de la

---

<sup>116</sup> *Ibid.* par 64-65.

conclusion du contrat ? Les frais mensuels totaux constituent-ils le montant réel prévisible qu'aura à payer le consommateur mensuellement ?

Le résumé des renseignements essentiels devra inclure de « renseignements » sur tous les frais ponctuels et frais supplémentaires. Le choix du terme « renseignements » donne aux fournisseurs la liberté d'utiliser la méthode de leur choix pour informer le consommateur sur ces frais, ou pour choisir l'information qu'ils estimeront important de donner. Le résumé doit-il contenir des renseignements sur les frais d'utilisation excédentaires ? Les renseignements exigés par cette disposition incluent-ils obligatoirement le montant de tous ces frais ?

Une certaine souplesse est également allouée quant à la forme que peut prendre le résumé des renseignements essentiels ; il pourra s'agir d'un document distinct ou le résumé pourra « figurer bien en évidence dans les deux premières pages du contrat écrit ». Nous verrons plus loin que certains fournisseurs ont fait preuve d'un esprit particulièrement imaginatif pour appliquer des lignes directrices qui semblent pourtant toutes simples.

Le Conseil insiste beaucoup sur les impératifs de clarté ; comme le contrat, le résumé devra être clair et rédigé en langage simple. Bien que certains fournisseurs semblent avoir tenté d'offrir dans leur résumé des renseignements simplifiés, les termes sibyllins pullulent.

Le Conseil ajoute à celle de clarté une obligation de lisibilité, exigeant l'emploi d'une « police de caractères facile à lire ». Soulignons que la police et sa taille sont des choses distinctes, le Conseil aurait dû insister sur la taille, plutôt que sur la police.

### ***Pratiques de l'industrie***

Le Code indique que le résumé des renseignements essentiels doit comprendre les Principales modalités du contrat (les éléments mentionnés à l'article B 1. (iv), de a à e, soit : les services et leurs limites, les frais mensuels minimaux, la période d'engagement, la date de sa fin, les détails sur les frais de résiliation et ceux sur l'appareil subventionné), les frais mensuels totaux, frais uniques, frais supplémentaires et les manières de porter plainte. Or, de tous les contrats que nous avons consultés, aucun ne respecte à la lettre toutes les exigences édictées par le Conseil au sujet du résumé obligatoire, bien que certains frôlent l'exhaustivité.

Certains fournisseurs semblent errer en matière d'interprétation (indiquant, par exemple, des méthodes de calcul de date de fin de contrat ou de la date à partir de laquelle il n'y a plus de frais de résiliation applicable, plutôt que l'information finale, soit la date elle-même), alors que d'autres omettent des renseignements importants, notamment: les services inclus au forfait, leurs limites d'utilisation ou l'ensemble des frais supplémentaires applicables. Certains fournisseurs y ajoutent des renseignements qui ne sont pas obligatoires. D'autres y incluent des mentions qui semblent faire la promotion de leurs services (nous en avons vu deux au sujet de services de télé mobiles), alors même que tous les renseignements exigés par le Conseil ne sont pas présents. Certains résumés dépassent légèrement les deux pages ; mais le plus souvent, la police de caractère est lisible et l'information aérée...bien qu'un tel effort ne soit pas systématique de l'ensemble de l'industrie.

Le résumé des renseignements essentiels est parfois exposé en début de contrat, parfois quelques pages plus loin. Il est parfois difficile de différencier le résumé des renseignements du reste du contrat. Nous avons vu dans un contrat de Fido une page de confirmation présentée avant le résumé, qui comporte plusieurs renseignements qui devraient se trouver au résumé. Un contrat de Sasktel présente une page avec tous les détails du forfait...juste après le résumé des renseignements essentiels.

La clarté des renseignements laisse souvent à désirer. L'usage d'abréviations est commun, tout comme celui de certains termes qui ne signifieront pas grand-chose pour les consommateurs. Pour ne nommer que quelques inclusions incompréhensibles à l'intérieur de différents contrats :

«Minutes d'inter. suppl. (Cnd)», «Renvoi d'appels (PAU accès)», «Affichage numéro sortant actif», «Renvoi d'appels pay. à l'util», «First 150 LD mins FREE in Cda», «LD within Cda to Cda or USA \$0.45/min», «Uni calls to cells from Canada», «LD within Cda to Cda or USA \$0.45/min», «monMonde», etc.»

### ***Quelques exemples...***

Chacun des résumés des renseignements essentiels qu'il nous a été donné d'examiner comportait certaines forces et certaines faiblesses.

La forme adoptée par Rogers pour son résumé des renseignements essentiels lui confère une certaine clarté : il comporte, dès la première page, plusieurs renseignements clés (durée date de début et de fin du contrat, frais mensuels – quoique pas totaux), ainsi qu'une énumération des inclusions au forfait, avec presque aucune énumération qui nuit à la clarté de l'information...

Voici un extrait du résumé...

<b>FORFAIT(S) ET OPTION(S) VOIX/DONNÉES</b>	
<b>Détails du forfait sans-fil</b>	
Numéro du forfait	CON24202F
Nom du forfait	Forfait Appels et textos
Catégorie de forfait	appels et textos
Frais de service mensuels	<b>35,00\$</b>
Entente de service	<b>24 mois(s)</b>
Date de début de l'entente	<b>04/14/15</b>
Date d'échéance de l'entente	<b>04/14/17</b>
<b>Inclus dans le forfait</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 200 minutes locales de jour</li> <li>• Soirs et week-ends locaux illimités (18 h à 7 h)</li> <li>• Messages sortants et entrants illimités (texte, photo et vidéo)</li> <li>• Affichage des appels et Messagerie vocale</li> <li>• 2 500 minutes de Renvoi d'appel</li> <li>• Conférence téléphonique</li> <li>• Appel en attente</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renvoi d'app/non-rep/occ - Comprend 2 500 minutes de Renvoi d'appel local par mois. Utilisation excédentaire du Renvoi d'appel : 0,10 \$ la minute (ainsi que les frais d'interurbain, s'il y a lieu).</li> <li>• Appels en soirées dès 18 h - Comprend les appels en soirée à partir de 18 h les jours de semaine.</li> </ul>	
<b>Description de l'utilisation excédentaire</b>	<b>Tarif d'utilisation excédentaire</b>
Temps d'antenne (la minute) Jour Sem	<b>0,45\$</b>

Il est intéressant de constater que l'on trouve mention dans ce résumé des tarifs d'utilisation excédentaire, malgré l'absence d'obligation claire à cet effet au Code.

La deuxième page du résumé des renseignements essentiels fait toutefois mention de «Promotions/Rabais» pour certains services qui nous apparaissent toutefois inclus au forfait... L'utilité concrète d'un tel renseignement au résumé des éléments essentiels nous semble des plus nébuleuse.

<b>PROMOTIONS / RABAIS</b>			
<b>Description</b>	<b>Montant</b>	<b>Date de début</b>	<b>Date de fin</b>
Renv d'appel et transf d'appel	<b>100%</b>	<b>04/14/15</b>	
Gestion des appels	<b>100%</b>	<b>04/14/15</b>	
Serv. Appels manqués	<b>100%</b>	<b>04/14/15</b>	

Soulignons finalement qu'il est particulièrement ironique, alors que le Conseil prône, particulièrement pour le résumé des renseignements essentiels, une police de caractère facile à lire, de constater que Rogers utilise pour son résumé du Times 8 points, alors que le reste du contrat est en Helvetica 10,5 points. Le résumé ne respecte pas non plus l'impératif de longueur imposé par le CRTC (2 pages maximum).

Rogers n'est toutefois pas la pire compagnie pour la taille de police. Telus est championne en la matière, avec un texte, tout au long du contrat (incluant le résumé des renseignements essentiels) en Arial 7,5 points, les coordonnées du fournisseur étant réitérées en bas de page en 5,5 points. Ironiquement, le contrat de Telus dépasse un peu la limite de longueur, mais la première page comporte une quantité importante de vide inutilisé. Dans les deux cas, nous avons dû numériser les contrats et agrandir leur format pour être en mesure d'étudier en détail ce qui apparaissait en petits caractères.

TELUS propose certaines explications d'une relative clarté, notamment en ce qui concerne les garanties, qui mentionnent en outre, chose rare et malheureusement non imposée par le Code, la garantie légale :

***Mon appareil est-il couvert par une garantie?***

*Oui. Si vous avez acheté un appareil neuf dans le cadre de la présente entente, cet appareil est non seulement couvert par une garantie légale, qui couvre l'usage normal de l'appareil pendant une durée raisonnable, mais également par la garantie du fabricant, que vous trouverez dans l'emballage de votre appareil. Chaque fabricant a sa propre garantie, mais celle-ci couvre généralement les réparations des défauts pour une période d'un an.*

Cependant, les renseignements au sujet de l'amortissement de l'appareil ou sur les montants de frais de résiliation sont carrément incompréhensibles, voire trompeurs. Nous y reviendrons plus loin. En fait, les renseignements sur les frais de résiliation et leur réduction mensuelle sont souvent particulièrement mal vulgarisés par les fournisseurs.

Parmi les pires exemples de résumé des renseignements essentiels, il vaut sans doute la peine de mentionner celui de Fido, qui ramène le résumé à la troisième page du contrat (si on exclut la facture de la transaction), les deux premières pages étant occupées par une confirmation de la transaction à l'intérieur de laquelle on trouve quelques renseignements, notamment frais et exigences, qui devraient se trouver au résumé des renseignements essentiels (et qui n'y seront pas toutes répétées). Ces pages de confirmation mentionnent notamment la valeur de l'appareil fourni dans le cadre du contrat, le montant du forfait («Frais mensuels pour les Services à durée déterminée»), les frais «Frais mensuels pour les Services mensuels»), qui, présumons-le, représentent les services facultatifs, ainsi que le tarif pour l'utilisation excédentaire pour les appels vocaux.

Les appellations utilisées dans ce qui nous apparaît être le résumé des renseignements essentiels (cette section du document, qui commence à la page 4 si on inclut la facture au document, et n'est pas identifiée comme étant ledit résumé – elle semble toutefois présenter plusieurs des caractéristiques de ce que devrait être le résumé des renseignements essentiels) ne sont pas plus évocatrices ; c'est dans ces pages que le fournisseur utilise notamment l'expression «Un temps frais» pour parler des frais uniques. De plus, force est de constater que nulle part aux documents contractuels (ni dans la confirmation de transaction, ni dans le résumé

ou le reste des documents) ne sont divulgués les renseignements sur les inclusions au forfait, ce qui semble pourtant l'un des renseignements les plus importants pour le consommateur.

Les renseignements qui portent sur les bénéfices économiques sont non seulement très difficiles à comprendre, mais défont également de nombreuses règles parmi les plus rudimentaires de la langue française. Nous y reviendrons plus loin dans la section portant sur les frais de résiliation. Il était également impossible, dans le cas de Fido, de déterminer hors de tout doute à quelle page exactement se termine ce résumé.

En matière de qualité des renseignements transmis, le résumé des renseignements essentiels de Vidéotron est également problématique. L'un des contrats que nous avons examinés a été conclu en magasin et certaines parties sont manuscrites. Le résumé ne permet même pas de déterminer quel appareil a été choisi par le client (plusieurs appareils sont inscrits dans une liste avec leur prix et la réduction mensuelle des frais de résiliation, mais aucun d'entre eux n'est l'appareil que le client a finalement choisi), ni d'avoir des renseignements sur la réduction mensuelle des frais de résiliation (puisqu'on ne voit pas au contrat quel appareil fut choisi par le client). Le résumé des renseignements essentiels dépasse aussi largement les deux pages, dont plusieurs sont des pages de formulaire inutilisé, et donc vide de contenu pertinent pour le consommateur.

Un autre contrat de Vidéotron (conclu à distance) comportait un résumé des renseignements essentiels beaucoup plus clair ; le contrat précédent est peut-être un cas d'espèce, mais qu'il est totalement impossible d'ignorer.

Le résumé des renseignements essentiels de Sasktel est également particulièrement aride sur le plan de la forme ; les renseignements ne sont pas présentés d'une manière particulièrement intuitive, et il présente le même problème de délimitation que celui de Fido (difficile de savoir où commence et où se termine le résumé des renseignements essentiels), et sa forme laisse supposer que l'information sur les inclusions au forfait ne se trouve qu'après le résumé des renseignements essentiels. Une page suivant le résumé des renseignements essentiels, mais comportant un titre différent, affiche de nombreux renseignements qui devraient clairement faire partie du résumé.

**f) E1, 2 et 3 : Avis d'itinérance internationale, limite associée aux frais d'itinérance et frais excédentaires de données**

***Analyse du Code***

Le «bill shock» causé par l'utilisation de données mobiles, qu'il s'agisse d'accès à Internet mobile au Canada où à l'étranger, a souvent été mentionné lors des consultations comme un problème considérable en matière de sans-fil, ce que reconnaîtra le Conseil dans sa décision. Dans son analyse, le CRTC souligne que le dossier de l'instance a établi notamment que *«l'utilisation des services de données est moins intuitive chez les consommateurs que l'usage des services vocaux et de la messagerie texte»* et le Conseil estime donc que *«le consommateur moyen n'est pas en mesure de bien comprendre les conséquences de son utilisation des services en ligne sur la quantité de données qu'il utilise et le rapport entre ces*

services et les limites de données de son forfait de services sans fil<sup>117</sup>.» Le Conseil estime également que «les consommateurs ont besoin d'outils supplémentaires qui les avisera quand ils utilisent des services d'itinérance internationale et qui les aidera à gérer leurs frais d'utilisation excédentaire pour les services nationaux de données et leurs frais d'itinérance internationale<sup>118</sup>. »

Pour la question précise des frais de données excédentaires, le Conseil reconnaîtra que la disponibilité de l'information au sujet des services n'est pas suffisante pour protéger les intérêts des consommateurs.

*122. Les avis d'utilisation et les outils de surveillance de l'utilisation exigent que le consommateur exerce une surveillance active et prenne des mesures pour prévenir les factures-surprises. [...] Par conséquent, les avis d'utilisation et les outils de surveillance de l'utilisation, même s'ils sont utiles aux consommateurs, ne règlent pas le problème fondamental des factures-surprises, c'est-à-dire le fait que les consommateurs ont besoin de savoir avec certitude les frais d'utilisation des services de données.*

Le Conseil intégrera au Code donc les dispositions suivantes :

#### **E. Gestion de la facture**

##### **1. Avis d'itinérance internationale**

- (i) *Le fournisseur de services doit aviser le client, sans frais, lorsque son appareil est en itinérance dans un autre pays. L'avis doit clairement indiquer les frais associés aux services vocaux, de messagerie texte et de données.*
- (ii) *Le client peut choisir en tout temps de ne pas recevoir ces avis.*

##### **2. Limite associée aux frais d'itinérance**

- (i) *Le fournisseur de services doit suspendre les frais d'itinérance de données au Canada et à l'étranger lorsqu'ils atteignent 100 \$ au cours d'un cycle de facturation mensuel, à moins que le client n'accepte expressément de payer des frais supplémentaires.*
- (ii) *Le fournisseur de services doit appliquer cette limite sans frais.*

##### **3. Limite associée aux frais d'utilisation excédentaire de données**

- (i) *Le fournisseur de services doit suspendre les frais d'utilisation excédentaire de données lorsqu'ils atteignent 50 \$ au cours d'un cycle de facturation mensuel, à moins que le client n'accepte expressément de payer des frais supplémentaires.*
- (ii) *Le fournisseur de services doit appliquer cette limite sans frais.» (Nos soulignés)*

Il y a peu de sources d'ambiguïté dans ces articles, mais ils laissent une certaine flexibilité aux fournisseurs quant à la méthode à employer pour transmettre l'information relative à l'itinérance. Rappelons que l'évaluation de la qualité de l'information offerte dans ces avis ne fait pas partie des objectifs de la présente recherche.

<sup>117</sup> *Op. cit.*, note 96, **CRTC**, *Politique réglementaire 2013-271*. Voir par. 114.

<sup>118</sup> *Ibidem.* par. 116.

Si le Code ne laisse aux fournisseurs aucune discrétion lorsqu'il s'agit d'envoyer les avis d'itinérance ou de suspendre les frais d'utilisation une fois les frais excédentaires de 50 \$ ou les frais d'itinérance de 100 \$ atteints, les fournisseurs sont autorisés à ne pas envoyer les avis ou à passer outre les plafonds si le client l'accepte expressément. Le Conseil n'offre pas de ligne directrice spécifique sur la manière d'obtenir ce consentement du consommateur, pas plus qu'il n'interdit de le solliciter ou de le marchander.

### **Pratiques de l'industrie**

Nous avons constaté que l'information complète sur l'ensemble des outils de surveillance d'utilisation n'est qu'occasionnellement disponible directement dans les documents contractuels; à l'intérieur des copies permanentes des contrats, les fournisseurs dirigent souvent vers leurs sites Internet le consommateur qui désire obtenir davantage d'information. Rappelons que selon l'article B 1 (iv), les seuls renseignements que le fournisseur a l'obligation de fournir au contrat sur le sujet sont ceux qui indiquent au client comment obtenir les renseignements sur les outils d'aide à la gestion de la facture, les avis d'utilisation et d'itinérance, etc.

De manière générale, les renseignements sur ces outils (ou sur la manière d'obtenir des renseignements sur ces outils) ne sont pas mis en évidence au contrat. Il peut arriver que les fournisseurs ne donnent de l'information que sur l'un des outils. Parfois, les mentions au sujet des outils de gestion de l'utilisation sont à ce point vagues qu'il est impossible de savoir à quoi réfère le fournisseur exactement. On peut présumer que le consommateur se mettra à la recherche d'information le jour où il recevra un avis ou que son service sera bloqué parce qu'il a atteint le plafond de frais imposé.

Soulignons que plusieurs fournisseurs omettent de fournir quelques renseignements ou référence que ce soit au sujet des avis d'itinérance.

### **Quelques exemples...**

Certains fournisseurs donnent tout de même des renseignements relativement exhaustifs à même leurs documents contractuels. D'autres se limitent aux simples exigences du Code.

Fido offre une mention très brève à la page 10 de son contrat... *«Gestion de votre facture. Pour connaître les outils qui vous aident à gérer votre facture, notamment les notifications sur l'utilisation des données et l'itinérance, les plafonds de données et les outils de surveillance de l'utilisation, veuillez visiter le fido.ca ou ouvrir une session dans votre compte Fido pour obtenir des détails sur votre utilisation réelle.»*

La stratégie de Rogers est fort similaire ; le fournisseur réfère le consommateur à son site Web (sans hyperlien spécifique), où ce dernier sera en mesure de trouver davantage de renseignements à ce sujet, mais seulement s'il les cherche délibérément.

Nous n'avons trouvé sur la question qu'une mention très expéditive de Vidéotron, en page 8 de ses modalités de service annexées au contrat : «Vous trouverez également sur ce site Internet les zones de couvertures ainsi que certains outils permettant, entre autres, de gérer votre usage et initialiser des avis d'utilisation.»

TELUS fournit des renseignements un peu plus complets à la copie permanente du contrat, sur les plafonds de données et sur le processus qui permet de continuer à consommer au-delà du plafond:

*Il nous arrive à tous de dépasser notre plafond en matière de données. C'est la raison pour laquelle dès qu'un utilisateur d'un compte s'approche du plafond en matière de données, TELUS l'en informe par un texto. Ce plafond est le suivant :*

- 50 \$ de frais de transmission de données au Canada excédentaires par rapport au montant inclus dans le forfait (ou prévu par le dernier palier en cas de forfait flexible);
- 100 \$ de frais de transmission de données en itinérance excédentaires par rapport au montant inclus dans le forfait (ou dans tout bloc de données internationales).

*De plus, dès qu'un utilisateur atteint le plafond applicable, TELUS lui envoie un nouveau texte auquel il peut, s'il le souhaite, répondre pour continuer à consommer des données moyennant les frais payables à l'usage applicables à son forfait et à ses options. Si l'utilisateur ne répond pas à ce texto, sa consommation de données reste bloquée jusqu'au prochain cycle de facturation.*

On ne peut toutefois s'empêcher de constater que certains sont inutilement laborieux et peuvent gêner la lecture : « frais de transmission de données au Canada excédentaires par rapport au montant inclus dans le forfait », « continuer à consommer des données moyennant les frais payables à l'usage applicables à son forfait et à ses options ».

Soulignons aussi que la mention au sujet des données flexibles est préoccupante, particulièrement si le fournisseur se réserve le droit de modifier les seuils de ses «données flexibles» en cours de contrat. Ce type de modèle tarifaire ne permet pas au consommateur d'obtenir les renseignements les plus prévisibles sur les frais qui lui seront facturés pour son utilisation de données au forfait.

On ne trouve rien dans la documentation contractuelle de TELUS au sujet des avis de données en itinérance, ni à la copie permanente, ni aux modalités de services, nous n'avons trouvé d'hyperlien ou d'adresse où l'on pourrait trouver des renseignements à ce sujet.

Koodo offre aussi une quantité d'information satisfaisante au sujet des plafonds de frais excédentaires, mais on ne trouve rien non plus au sujet des avis relatifs aux tarifs en itinérance internationale

*En vertu de votre entente, vous bénéficiez d'un accès illimité au service, mais des frais payables à l'utilisation s'appliquent pour toute utilisation excédentaire par rapport à votre forfait ou vos à-côtés. Toutefois, Koodo met à votre disposition des outils qui vous permettent de plafonner les frais des données excédentaires.*

*Chaque mois, Koodo envoie un texto à chaque téléphone dont les frais des données excédentaires au Canada atteignent 50 \$, et à chaque téléphone dont les frais des données excédentaires en itinérance internationale atteignent 100 \$. L'utilisateur peut dès lors continuer à utiliser les services de données s'il répond, par texto, qu'il accepte de dépasser le plafond. Ces*

*frais sont facturés au tarif payable à l'utilisation applicable au forfait et aux à-côtés de l'utilisateur. Pour les données excédentaires en itinérance internationale, les frais excédentaires sont calculés à partir de l'épuisement des données incluses dans le forfait ou les à-côtés.*

On trouve encore ici des formulations arides: «... facturés au tarif payable à l'utilisation applicable au forfait et aux à-côtés de l'utilisateur», « calculés à partir de l'épuisement des données incluses dans le forfait ou les à-côtés »...

D'autres fournisseurs offrent des renseignements sur les avis d'itinérance internationale. Bell, par exemple, met une mention aux modalités de services, en annexe au contrat : «*Si vous activez cette fonction et entrez dans une zone d'itinérance internationale, vous serez avisé que vous êtes en itinérance internationale et des détails sur vos Tarifs d'itinérance vous seront fournis.*»

Bien qu'on puisse assumer que la « fonction » qu'il faut activer est l'itinérance internationale, et non une quelconque fonction qui donne accès aux avis, ce passage aurait pu être plus explicite.

Les obligations prévues au Code sur les services sans fil à ce sujet ont été interprétées de manière très large. Bell et Virgin, par exemple, mentionnent les plafonds de frais excédentaires, tel que l'impose le Code, mais, vu le type d'abonnement offert, imposent des plafonds de frais qui seraient apparemment conjoints... ou pas... l'information au contrat ne permet malheureusement pas d'y voir clair.

*Bell vous avisera (vous ou les autres abonnés inclus dans votre compte) au moment (ou avant le moment) où vous (ou eux) atteignez des Frais d'Utilisation excédentaire de données de 50 \$ par abonné inclus dans le compte, par cycle de facturation. Si vous (ou eux) souhaitez continuer d'engager des Frais d'Utilisation excédentaire après cet avis, vous (ou eux) aurez la possibilité d'y consentir expressément. Si vous (ou eux) ne consentez pas expressément à de tels Frais d'Utilisation excédentaire, votre (ou leur) capacité d'accéder aux Services de données sera suspendue.*

On aura remarqué que les parenthèses à répétition ne concourent en rien à la fluidité et à la clarté du texte, pas plus que les expressions inutilement longues et arides (les « Frais d'Utilisation excédentaire de données de 50 \$ par abonné inclus dans le compte »). Mais le plus grand problème est le fait qu'il est impossible de déterminer exactement quand sera envoyé l'avis, puisque cela peut se produire avant ou au moment de l'atteinte du seuil. Vu l'usage abusif du «ou», on peut en comprendre que l'avertissement peut être envoyé à la personne qui atteint le plafond, et/ou toutes les autres personnes qui partagent les données, que la personne qui a dépassé la limite de 50 \$ ou quiconque est abonné au même forfait ont le pouvoir d'accepter ou refuser la facturation de frais supplémentaires. Il est de plus impossible de savoir à la lecture si l'interruption de service ne touchera que la personne qui n'aura pas consenti à payer davantage de frais, ou l'ensemble des abonnés.

Nous n'avons tout simplement rien trouvé dans les documents contractuels de Sasktel au sujet des plafonds de frais excédentaires ; il faut savoir que la compagnie avait émis une demande au Conseil (qui l'a acceptée) en vue de reporter l'application de cette mesure jusqu'au 30 juin 2014, et que le contrat qui faisait l'objet de notre étude était antérieur à cette date.

Nous avons vu que certains fournisseurs indiquent au consommateur qu'il leur sera possible de dépasser les plafonds en répondant au message texte du fournisseur qui les avisera de l'atteinte de ce plafond.

Nous avons découvert dans un contrat de Vidéotron une pratique choquante, soit une clause de renonciation préalable à l'application de plafonds (voir aux points E et F de la reproduction du contrat qui suit) que le consommateur est invité à parapher, après plusieurs autres, juste avant de signer le contrat.

**9 SIGNATURE ET ATTESTATION (le cas échéant)**

A) Je reconnais avoir reçu une copie de l'Annexe A du contrat, modalités et conditions, avant d'avoir apposé ma signature au Contrat. Dans le cas d'une vente itinérante (porte-à-porte), je reconnais avoir reçu une copie de l'Annexe B du Contrat, Énoncé des droits de résolutions du consommateur et formulaire de résolution, avant d'avoir apposé ma signature au Contrat.

B) **Achat d'une garantie prolongée** : Je reconnais que l'on m'a lu et remis le texte prescrit par la Loi sur la protection du consommateur concernant la garantie légale.

C) **Téléphonie résidentielle et/ou téléphonie mobile** : J'autorise Vidéotron à communiquer avec mon fournisseur actuel afin d'obtenir les informations nécessaires à la transférabilité de mon numéro de téléphone.

D) **Enquête de crédit** : J'autorise Vidéotron à faire une vérification de mon dossier de crédit, le tout assujéti à la politique de confidentialité de Vidéotron.

E) **Transfert de données** : Je consens à payer les transferts de données au-delà de 50 \$ de frais supplémentaires par cycle de facturation mensuel.

F) **Transfert de données en itinérance** : Je consens à payer les transferts de données en itinérance au-delà de 100 \$ de frais supplémentaires par cycle de facturation mensuel.

G) **Communication** : Veuillez cocher votre consentement pour l'envoi de futures communications et avis de Vidéotron :

De façon électronique.

Ou

Par la poste.

Conclu à [redacted], le 10 e jour de Juin 2014.

Nous avons vérifié directement auprès du consommateur qui a signé et paraphé ce contrat, qui nous a avoué être fort étonné d'avoir acquiescé à une telle clause contractuelle...

On ne peut s'empêcher de noter que cette pratique n'est pas conforme à ce que Vidéotron a déclaré au Conseil dans le cadre de son rapport de conformité.

Au cours d'un appel téléphonique avec Vidéotron, le fournisseur nous a notamment indiqué que plusieurs modèles de contrats circulent actuellement sur le marché. Nous avons procédé à l'examen d'un autre contrat de Vidéotron dans lequel nous n'avons en effet trouvé aucune clause semblable. Il n'en demeure pas moins que plusieurs clients pourraient bien s'être fait bernier par un tel contrat type et avoir renoncé à des protections que le Conseil jugeait assez importantes pour les incorporer au Code.

Le paragraphe du consommateur peut bien être considéré comme l'expression de son consentement, et le Code ne mentionne pas à quel moment cette acceptation du consommateur peut être reçue par le fournisseur. Une telle clause ne viole donc peut-être pas le texte du Code ; elle en viole par contre probablement l'esprit, si le consentement recueilli de cette façon n'est pas éclairé. Il s'agit en cela d'un exemple flagrant du mauvais usage qui peut être fait par un fournisseur de la marge de manœuvre que lui consent le Code relativement à la mise en œuvre de certaines de ses obligations.

## g) F1 Déverrouillage

### Analyse du Code

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le verrouillage des appareils par une forte majorité de fournisseurs de services sans fil au Canada a fait l'objet de beaucoup de frustration chez les consommateurs ; le Conseil a même considéré cette question comme l'une des plus importantes sources de frustration entendues lors des consultations publiques, alors que les consommateurs ont souligné que «*le verrouillage des appareils limite leur capacité de profiter des offres concurrentielles proposées sur le marché canadien et leur capacité d'éviter les frais d'itinérance quand ils se rendent à l'étranger parce qu'il les empêche d'utiliser les services d'un autre FSSF*<sup>119</sup>.»

La solution apportée par le Conseil se retrouve au Code comme suit :

#### **F. Questions relatives aux appareils mobiles**

##### **1. Déverrouillage**

- (i) *Le fournisseur de services qui fournit un appareil verrouillé au client dans le cadre d'un contrat doit :*
- a. *pour les appareils subventionnés : déverrouiller l'appareil, ou offrir au client une méthode pour le déverrouiller, sur demande et au coût précisé par le fournisseur de services, au plus tard 90 jours civils après la date de début du contrat;*
  - b. *pour les appareils non subventionnés : déverrouiller l'appareil, ou offrir au client une méthode de le déverrouiller, sur demande et au coût précisé par le fournisseur de services.» (Nos soulignés)*

On retrouve une source importante d'ambiguïté, lorsque le Code mentionne que le fournisseur devra «déverrouiller [...] au plus tard 90 jours civils après la date de début du contrat ». Bien qu'il est clair à notre sens, que le Conseil voulait simplement acquiescer à la demande de l'industrie de leur permettre d'attendre trois mois, suivant la conclusion du contrat, avant d'offrir le service de déverrouillage aux consommateurs, il n'en demeure pas moins qu'une telle formulation indique au contraire que le déverrouillage doit être fait « dans les 90 jours ».

---

<sup>119</sup> *Ibid.* par 152-153.

Outre cette ambiguïté dans la formulation de l'article, on ne peut également se désoler du manque de mordant de l'obligation qui fut adoptée. Le Conseil offre plusieurs possibilités aux fournisseurs, mais on peut se douter que ceux-ci ne vont naturellement pas déverrouiller simplement et gracieusement l'appareil du consommateur «sur demande», alors que le Conseil les autorise expressément à les faire attendre jusqu'à trois mois lorsque l'appareil est financé dans le cadre du contrat, et à leur imposer des frais fixés à leur discrétion. Le fait que ces frais ne soient pas limités, contrairement à ce que proposait initialement le Conseil (ou interdits, comme le suggérait le Bureau de la concurrence<sup>120</sup>), présente bien sûr le risque que les tarifs soient fixés à des seuils désavantageux pour les consommateurs. De plus, le fait qu'une méthode pour le déverrouiller, plutôt que le service de déverrouillage, soit l'une des options que le fournisseur puisse proposer au consommateur, pourrait potentiellement poser problème pour certains utilisateurs – le degré de complexité de déverrouillage peut varier selon l'appareil et un consommateur pourra théoriquement payer pour obtenir une méthode qu'il pourrait avoir de la difficulté à exécuter lui-même.<sup>121</sup>

Contrairement à ceux qui portent sur les outils de gestion de la facture, les renseignements au sujet des frais de déverrouillage doivent se trouver au contrat ainsi qu'au résumé des renseignements essentiels, ce qui leur assure d'emblée une bonne visibilité dans la documentation contractuelle. Cependant, il est permis de croire qu'une simple mention de frais de déverrouillage au résumé des renseignements essentiel ne garantit pas que les consommateurs comprennent ce que cela implique.

### **Pratiques de l'industrie**

L'information sur les frais de déverrouillage était accessible et claire dans les contrats et les résumés des renseignements essentiels étudiés, en particulier lorsque le contrat comprenait un appareil subventionné.

Le Code a produit certains des effets attendus : tous les fournisseurs offrent désormais le déverrouillage des appareils, mais les conditions d'exercice de ses droits par le consommateur qui voudrait utiliser son appareil chez un autre fournisseur sont nombreuses.

---

<sup>120</sup> «The Bureau believes that device locking should be prohibited in the marketplace, and that service providers should be required to unlock any previously locked devices free of charge.»

**BUREAU DE LA CONCURRENCE.** *Submission by the Commissioner of Competition*, BC Ottawa, Ontario, Canada, 6 février 2013. <http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/03531.html> (page consultée le 22 juin 2015).

<sup>121</sup> Certains problèmes ont été rapportés au sujet du déverrouillage au moyen d'un code transmis par le fournisseur, comme on peut le voir sur certains forums. <http://forums.androidcentral.com/samsung-galaxy-s4-active/367321-network-sim-unlock-fail.html> (page consultée le 26 juin 2015).

Plusieurs fournisseurs profitent évidemment du fait qu'ils peuvent faire attendre le consommateur 90 jours civils avant d'offrir le service. Les prix les plus souvent imposés pour offrir le service de déverrouillage tournent autour de 50 \$, ce qui dans le cas de certains fournisseurs, pourrait constituer, étonnamment, une diminution par rapport aux tarifs imposés avant l'entrée en vigueur du Code sur les services sans fil<sup>122</sup>. Les tarifs de déverrouillage les plus bas parmi les fournisseurs étudiés étaient de 35 \$, mais nous avons également vu des frais de 150 \$ applicables dans certaines situations, notamment lorsqu'un dépôt de garantie était exigé du consommateur ou lorsqu'une limite de crédit était imposée au compte. Il est difficile de voir la pertinence d'imposer des frais prohibitifs, si le consommateur s'est déjà fait imposer de fournir un dépôt d'un montant laissé à l'entière discrétion du fournisseur.

En incluant la divulgation au contrat des frais de déverrouillage parmi les principales modalités du contrat (B.1 (iv) e)), et en indiquant que le fournisseur doit déverrouiller « au coût précisé par le fournisseur de services » (F.1 (i) a)), le CRTC autorisait-il vraiment les frais de déverrouillage variables pour un même fournisseur? Le fait d'imposer un double standard pourrait potentiellement constituer une entorse à l'esprit du Code.

Finalement, certains fournisseurs semblent autoriser le déverrouillage d'appareils que lorsque le consommateur est abonné chez eux; un consommateur qui résilie ses services avant de demander le déverrouillage pourrait bien se le faire refuser par le fournisseur (même en échange de paiement de frais). Le Code, rappelons-le, régit les relations entre les fournisseurs et leurs clients, et non avec les consommateurs (ou les anciens clients). Le nouveau fournisseur n'est pas contraint, lui non plus, de déverrouiller l'appareil provenant d'un autre fournisseur : l'obligation prévue au Code s'applique en effet au fournisseur de services qui fournit un appareil verrouillé au client.

Nous avons aussi rencontré souvent le type de clause qui suit : «Si vous tentez de déverrouiller votre appareil, celui-ci pourrait devenir inutilisable de manière permanente et vous pourriez, ce faisant, contrevenir à la licence d'utilisation du logiciel de votre appareil.» Des clauses qui avisent que le déverrouillage met fin à la garantie du fabricant ont également été observées. Ce type de clauses pourrait évidemment décourager les consommateurs de faire affaire avec des compagnies autres que leur fournisseur, qui pourraient pourtant offrir ce service à des tarifs concurrentiels.

---

<sup>122</sup> Le Conseil rapporte dans sa décision que : «WIND a expliqué qu'elle facture 10 \$ pour ce service, alors que Bell Canada et autres disent demander 75 \$ »

Voir :

- *Op. cit.*, note 103, **CRTC**, Politique réglementaire de télécom 2009-657. Voir par. 159.
- **NG Gary**. *Bell's Unlocking Policy Changes, Now \$50 for your iPhone [DETAILS]*, site *iPhoneinCanada.ca*, Canada, 18 septembre 2013. <http://www.iphoneincanada.ca/carriers/bell/bell-unlocking-policy-50-iphone/>
- **NG Gary**. *New Rogers Cellphone Unlocking Policy Starts March 28th*, site *iPhoneinCanada.ca*, Canada, 5 mars 2013. <http://www.iphoneincanada.ca/carriers/rogers/new-rogers-cellphone-unlocking-policy-starts-march-28th/>
- **NG Gary**. *TELUS Unlocking Fee Drops to \$35 for the iPhone and Other Devices*, site *iPhoneinCanada.ca*, Canada, 15 octobre 2012, <http://www.iphoneincanada.ca/carriers/telus/telus-unlocking-fee-drops-to-35-for-the-iphone-and-other-devices/> (pages consultées le 22 mai 2015).

### **Quelques exemples spécifiques...**

Sur le plan de la clarté, la performance des fournisseurs est évidemment très variable. Alors que le délai applicable de 90 jours est mentionné dans plusieurs contrats sans quelque autre forme de précisions, TELUS se donne la peine de mentionner dans ses modalités de service que l'appareil peut être déverrouillé instantanément s'il n'y a pas de subvention offerte dans le cadre du contrat.

Les explications de TELUS :

#### ***Est-il possible de déverrouiller mon appareil?***

*Chaque appareil neuf que vous achetez auprès de TELUS ne peut être utilisé qu'avec les services de TELUS. Votre appareil peut toutefois être déverrouillé moyennant des frais de 35 \$, pourvu que vous soyez client de TELUS depuis 90 jours et que votre compte soit en règle. Si vous avez acquitté en entier le prix d'achat de votre appareil, ce dernier peut cependant être déverrouillé sur-le-champ, moyennant les mêmes frais.*

Soulignons toutefois que rien au Code sur les services sans fil ne laisse supposer que le fournisseur est en droit d'imposer que le compte soit en règle pour offrir le déverrouillage.

De façon générale, nous avons remarqué qu'il peut être difficile de prendre connaissance des conditions applicables au déverrouillage, chez plusieurs fournisseurs, du fait qu'on ne retrouve le plus souvent que la mention des frais de déverrouillage au résumé, l'ensemble des conditions pour se prévaloir du service étant reporté à des parties plus éloignées du contrat.

C'est le cas dans un contrat de Virgin : on trouve le prix du service de déverrouillage à la p. 1 du résumé des renseignements essentiels, mais l'ensemble des modalités ne se retrouve qu'à la page 6.

*Comparer les différentes pratiques des fournisseurs, en ce qui a trait au prix et aux modalités de déverrouillage. Si votre Téléphone vous a été fourni à prix réduit dans le cadre de cette Entente et que votre compte est en règle, vous pouvez déverrouiller votre Téléphone après un minimum de 90 jours civils, moyennant des Frais de déverrouillage (taxes applicables en sus) de 50 \$, ou de 150 \$ si un dépôt de garantie a été exigé ou si votre compte est visé par une limite de crédit. Si votre Téléphone a été acheté chez Virgin Mobile au prix de détail, ou si vous avez apporté votre propre Téléphone (initialement acheté chez Virgin Mobile), votre Téléphone peut être déverrouillé sur demande, moyennant des Frais de déverrouillage de 50\$ (taxes applicables en sus). Si votre compte est en souffrance, votre Téléphone ne sera pas déverrouillé tant que le solde de votre compte n'aura pas été acquitté en entier par carte de crédit. Visitez [vm.ca/debloquer](http://vm.ca/debloquer) pour plus de détails.*

On se questionne une fois de plus sur la pratique qui consiste à imposer des conditions aux consommateurs qui ont des comptes en souffrance. Cette condition supplémentaire est-elle réellement conforme aux exigences du Code, qui dit expressément que l'appareil doit être déverrouillé sur demande ?

## h) G2 et G 3 Frais de résiliation anticipée

### Analyse du Code

La question des frais de résiliation anticipée en est une autre qui a fait l'objet d'un volume particulièrement élevé de doléances par les consommateurs dans le cadre des consultations sur le Code sur les services sans fil. Rappelons qu'au moment des consultations, plusieurs changements législatifs provinciaux avaient déjà pour effet de plafonner le montant des frais de résiliation applicables aux consommateurs du Québec, du Manitoba, de Terre-Neuve et Labrador et de la Nouvelle-Écosse. Des projets de loi avaient été mis en branle en Ontario, mais n'avaient toujours pas été adoptés. Une grande quantité de consommateurs canadiens subissaient donc toujours des frais de résiliation anticipée exorbitants, comme le démontre le dossier de l'instance. Tout comme la durée des contrats, ce sujet avait effectivement fait l'objet de beaucoup de plaintes, ce qui sera relevé par le Conseil dans sa décision.

*202. De nombreux consommateurs ont fait valoir que les contrats de trois ans (i) les empêchent de tirer profit du marché concurrentiel; (ii) font en sorte qu'ils ne peuvent profiter des nouveautés technologiques; (iii) vont à l'encontre des contrats de deux ans qui sont offerts en général dans d'autres pays. Les consommateurs se sont également dits préoccupés de la baisse rapide de la performance de l'appareil après deux ans et du fait que les fabricants n'offrent souvent que des garanties d'un an.*

[...]

*205. Nombre de consommateurs ont fait valoir que les frais de résiliation anticipés élevés les enferment dans des engagements désavantageux et limitent leur capacité à changer de FSSF. Le Bureau de la concurrence a fait valoir que les frais de résiliation élevés engendrent pour les consommateurs des coûts de transfert élevés, nuisant ainsi à la concurrence et influant négativement sur la satisfaction des consommateurs<sup>123</sup>.*

Le Conseil indique également qu'il considère que les montants de résiliation élevés représentent un plus grand problème pour les consommateurs que les contrats de trois ans, car ce sont en réalité ces frais qui les empêchent de changer aisément de fournisseurs. Il décidera donc de ne pas interdire les contrats de trois ans, mais d'interdire l'imposition de frais de résiliation anticipée après 24 mois. Il reste néanmoins que l'effet direct de cette mesure fut de faire pratiquement disparaître du marché les contrats de plus de deux ans.

Le Conseil a choisi d'imposer, pour l'information relative aux frais de résiliation anticipée, des obligations d'information qui poussent les fournisseurs à prioriser l'affichage de ces renseignements, en incluant au contrat et au résumé des renseignements essentiels, l'information sur le total des frais de résiliation anticipée, le montant par lequel ils sont réduits chaque mois et la date à laquelle ils cessent de s'appliquer.

---

<sup>123</sup> *Op. cit.*, note 103, **CRTC**, Politique réglementaire de télécom 2009-657.

Soulignons également que le Conseil, considérant que «le calcul des frais de résiliation anticipée est déroutant» pour les consommateurs, tentera, par cette inclusion au Code, de régler ce problème d'information : «222. Le Conseil estime qu'une formule claire, normalisée et transparente concernant les frais de résiliation anticipée simplifiera la situation pour les consommateurs<sup>124</sup>» (Nos soulignés)

Voici donc les libellés qui ont été déterminés par le Conseil pour le Code :

### **G. Résiliation et prolongation du contrat**

#### **2. Frais de résiliation anticipée – Appareil subventionné**

- (i) Lorsque le fournisseur de services fournit un appareil subventionné dans le cadre d'un contrat :
- pour les contrats à durée déterminée : Les frais de résiliation anticipée ne doivent pas dépasser la valeur de la subvention de l'appareil. Les frais de résiliation anticipée doivent être réduits par un montant égal chaque mois de manière à atteindre 0 \$ à la fin d'une période équivalente au moindre entre 24 mois et le nombre total de mois du contrat.*
  - pour les contrats à durée indéterminée : Les frais de résiliation anticipée ne doivent pas dépasser la valeur de la subvention de l'appareil. Les frais de résiliation anticipée doivent être réduits par un montant égal chaque mois au cours d'une période maximale de 24 mois, de manière à atteindre 0 \$ à la fin de la période.*
- (ii) Lors du calcul des frais de résiliation anticipée :
- la valeur de la subvention de l'appareil correspond au prix de détail de l'appareil moins le montant payé par le client pour l'appareil lorsqu'il a conclu le contrat;*
  - le prix de détail de l'appareil est le moindre entre le prix de détail suggéré par le fabricant et le prix établi pour acheter, sans contrat, l'appareil du fournisseur de services.*

#### **3. Frais de résiliation anticipée – Sans appareil subventionné**

- (i) Lorsque le fournisseur de services ne fournit pas d'appareil subventionné dans le cadre du contrat :
- pour les contrats à durée déterminée : Les frais de résiliation anticipée ne doivent pas dépasser le plus petit des montants suivants : 50 \$ ou 10 % du montant des frais mensuels minimaux pour les mois restants du contrat (maximum de 24 mois). Les frais de résiliation anticipée doivent être réduits à 0 \$ à la fin de la période.*
  - pour les contrats à durée indéterminée : Le fournisseur de services ne doit pas imposer de frais de résiliation anticipée.*

Ainsi, les renseignements au sujet des frais de résiliation ne doivent pas faire l'objet que d'une simple mention – ils doivent être détaillés.

232. Le Conseil estime que le fait d'inclure une description claire des frais de résiliation anticipée dans le contrat écrit et dans le résumé des renseignements essentiels améliorera la transparence et la clarté concernant le prix de l'appareil. Comme indiqué précédemment, le contrat écrit et le résumé des renseignements essentiels doivent clairement indiquer le prix de détail de l'appareil et les frais de résiliation anticipée, ainsi que le lien entre ces éléments et la valeur de l'appareil subventionné fourni avec le contrat<sup>125</sup>.

---

<sup>124</sup> *Idem.*

<sup>125</sup> *Id.*

Bien que la formule concernant la réduction des frais de résiliation anticipée semble, a priori, claire et limpide, une décision du Conseil, la politique réglementaire 2013-586 découlant de différentes requêtes déposées par TELUS et Rogers, viendra préciser ses intentions relativement aux frais de résiliation et la souplesse allouée aux fournisseurs de service quant à l'application de cette obligation.

En fait, l'une des demandes des fournisseurs au Conseil était de déterminer si les contrats de type «balance», qui prévoient un amortissement variable de l'appareil fourni dans le cadre d'un contrat, étaient conformes au Code. Dans sa requête, TELUS s'est référé au modèle d'affaire de sa filiale Koodo, dans le cadre duquel la réduction des frais de résiliation est fondée sur les frais de service du client, qui comprennent une composante fixe et une composante variable. TELUS suggérait notamment que la composante fixe de l'amortissement garantit que le prix de l'appareil sera remboursé dans un délai de 24 mois, alors que la partie variable ne peut qu'accélérer le remboursement de l'appareil. La pratique a été autorisée par le Conseil.

Rogers s'est enquis sur le scénario inverse, soit celui de permettre un amortissement variable de l'appareil, et qui peut être inférieur au vingt-quatrième de la subvention consentie au consommateur, à la condition que l'ensemble des frais de résiliation soit ramené à 0 lorsque le contrat atteint 24 mois. Le Conseil a également autorisé cette pratique, qui a été critiquée par de nombreux groupes de consommateurs, puisqu'elle qu'elle permet de retenir les clients le plus longtemps possible dans un contrat de deux ans, en maintenant des frais de résiliation plus élevés pendant la majeure partie de la durée du contrat<sup>126</sup>. Soulignons également qu'un tel modèle d'amortissement variable n'est pas conforme aux législations provinciales qui encadrent les frais de résiliation anticipée des contrats à exécution successive de services fournis à distance, qui imposent l'amortissement régulier et ne laissent sur cette question aucune marge de manœuvre aux fournisseurs.

Finalement, TELUS a également obtenu la permission du Conseil d'utiliser une formulation particulière au contrat pour exprimer que la date au contrat est en fait une date limite de fin de contrat<sup>127</sup>.

Nous verrons dans la prochaine section de quelle manière se concrétise cette souplesse allouée aux fournisseurs par le CRTC.

---

<sup>126</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-586 - Demandes de clarification relatives à l'application du Code sur les services sans fil aux contrats de type « balance »*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 31 octobre 2013. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-586.htm> (page consultée le 22 mai 2015).

<sup>127</sup> Le contrat peut indiquer que les frais de résiliation du client atteindront 0 \$ au plus tard à la date indiquée. *Op. cit.*, note 126. **CRTC**, *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-586*. Voir par 43.

### ***Pratiques de l'industrie***

Tous les contrats que nous avons examinés indiquaient le montant des frais de résiliation anticipée applicables, le cas échéant, tel que l'exige le Code. Le montant par lequel les frais de résiliation sont réduits chaque mois, et la date de fin de contrat (bien qu'elle ne soit pas toujours identifiée explicitement comme étant la date à laquelle les frais de résiliation ne s'appliqueront plus au client) étaient indiqués, avec une clarté variable.

Les expressions utilisées par les fournisseurs pour désigner les frais de résiliation varient et ne permettent pas toujours au consommateur de comprendre au premier coup d'œil de quoi il s'agit : certains fournisseurs parlent de «solde de la balance», d'autres de «Frais de récupération des économies maximales réalisées sur l'appareil», «Frais de récupération des économies additionnelles réalisées sur l'appareil», ou «bénéfice économique total». On ne sent pas ici un grand effort de clarté ou de transparence. D'autres appellations sont plus intuitives : «early cancellation fees», «frais de résiliation», «Frais d'annulation anticipée».

Les explications relatives à l'amortissement de la valeur de l'appareil peuvent également laisser à désirer sur le plan de la clarté, mais nous y reviendrons plus en détail avec quelques exemples spécifiques plus bas.

Bien que la politique réglementaire de télécom 2013-586 permette d'amortir les frais relatifs à la subvention de l'appareil de différentes manières, il n'en demeure pas moins que, si le modèle d'amortissement de Koodo a été observé sur le terrain, qui permet une réduction plus rapide des frais de résiliation anticipée, la documentation contractuelle que nous avons eue en main ne nous a pas permis d'identifier de modèles d'affaires qui reprennent celui décrit par Rogers, soit un amortissement mensuel inférieur à celui qu'entraînerait la réduction linéaire des sommes.

### ***Quelques exemples spécifiques...***

Malheureusement, à la lumière des documents contractuels qu'il nous a été donné d'étudier, il y a beaucoup plus de mauvais que de bons exemples d'application des obligations relatives aux frais de résiliation anticipée.

En général, le lien entre le total des frais de résiliation anticipée et la réduction mensuelle de l'amortissement consacré à la valeur de l'appareil est relativement évident. Les renseignements pertinents se retrouvent souvent réunis en première page du résumé des renseignements essentiels.

Par exemple, le contrat de Sasktel est à la fois limpide par sa forme et par le vocabulaire employé, quoique le paragraphe qui s'applique à la réduction des frais de résiliation pour les contrats sans appareil subventionné crée une confusion, du fait que le contrat prévoyait bel et bien la fourniture d'un appareil. Voici un extrait de la page 1 dudit contrat :

7. (a) Early Cancellation Fee: \$491.00.  
(b) Monthly Early Cancellation Fee Reduction: \$20.45 per month.  
(c) Date Early Cancellation Fee no longer applies: 13-Dec-2015  
(d) Early Cancellation Fee (non-subsidized device): Lesser of \$50.00 or 10% of the minimum monthly charge for the Service Plan selected by you for the number of months remaining in your Service Plan at the time of termination.

Hélas, si l'emplacement de l'information est rarement un problème pour ce qui est des renseignements relatifs aux frais de résiliation, les problèmes de terminologie pullulent. En effet, de nombreux fournisseurs utilisent des termes qui laissent penser que la subvention d'un appareil accordée dans le cadre d'un contrat constitue un rabais, ou un cadeau, plutôt que le montant du financement que le consommateur devra rembourser sur une base mensuelle.

TELUS, par exemple, utilise des termes qui peuvent porter à confusion : si le solde équivaut au « prix de vente intégral », aucun escompte sur le prix n'a donc été accordé? Si le prix payé est de 0 \$ (vu l'escompte), pourquoi faut-il faire 24 versements mensuels pour le couvrir?

<b>Votre nouvel appareil :</b>	
Appareil :	HTC DESIRE 510 ANDROID LTE
N° série :	_____
<b>Votre entente :</b>	
Prix de détail intégral :	<b>200,00 \$</b>
Escompte sur votre appareil :	<b>-200,00 \$</b>
Prix que vous payez :	<b>0,00 \$*</b>
Le solde de l'appareil équivaut au prix de détail intégral de <b>200,00 \$</b> . Ce solde à rembourser sera réduit de <b>8,33 \$*</b> chaque mois et ainsi ramené à <b>0 \$</b> au terme de votre durée d'engagement de <b>24 mois</b> . (Si vous profitez du programme de paiements faciles TELUS, ce montant sera ajouté à votre facture chaque mois).	

À tout le moins, les renseignements sur la réduction graduelle des frais de résiliation sont clairs. Il n'en demeure pas moins que de qualifier «d'escompte» le montant que le consommateur

paiera en totalité en cours de contrat est pour le moins discutable, tout comme le fait d'indiquer que le prix payé est nul, alors que son paiement n'est que réparti sur 24 mois.

Plusieurs fournisseurs utilisent des termes similaires. Fido, par exemple, parle de «rabais sur l'équipement», Virgin de «Rabais d'entente», Koodo de «solde initial de la balance»... Le fait que certaines législations provinciales, notamment la Loi sur la protection du consommateur du Québec, parlent de «bénéfice économique» afin d'établir le droit pour les fournisseurs de réclamer certains frais de résiliation et la base sur laquelle ils devront être calculés, pourrait potentiellement contribuer à maintenir une forme de confusion à cet effet. Cela dit, rien n'oblige les commerçants à utiliser, dans des communications avec le consommateur qui doivent être claires, un charabia légal. Si le « bénéfice économique » est l'étalement sur 24 mois du prix de l'appareil, rien ne permet de le qualifier de « rabais », d' « escompte », ou de laisser entendre qu'il s'agit d'un cadeau.

La situation se gâte particulièrement lorsqu'on évalue la qualité des explications au sujet de la réduction mensuelle des frais de résiliation. En effet, bien que le texte ne soit pas dépourvu de sens, l'usage de termes techniques et de phrase longue peut certainement porter à confusion sur de multiples fronts. Voici quelques exemples particulièrement pénibles :

Extraits des documents contractuels de Fido, qui semble dire que, plutôt que de baser le montant du remboursement sur le prix de l'appareil, le « coût suggéré » de l'appareil est déterminé par la soustraction du prix sans abonnement et du Bénéfice économique total !?

Le montant du Bénéfice économique total est déduit du prix sans abonnement de Fido afin de déterminer le coût suggéré de l'appareil de Rogers. Le coût de l'appareil ne comprend pas les rabais additionnels offerts par le représentant des ventes en magasin.

#### **BÉNÉFICE ÉCONOMIQUE**

Seule la valeur du bénéfice économique (comme défini ci-dessous) servira au calcul des frais de récupération des économies réalisées sur l'appareil et des frais de récupération des économies additionnelles réalisées sur l'appareil, conformément aux dispositions qui suivent.

Bénéfice économique	<b>200,00 \$</b>
Frais de récupération des économies maximales réalisées sur l'appareil/frais de récupération des économies additionnelles réalisées sur l'appareil	<b>200,00 \$</b>
Les frais de récupération des économies réalisées sur l'appareil et les frais de récupération des économies additionnelles réalisées sur l'appareil diminueront chaque mois au cours de votre abonnement à durée terminée	<b>8,33 \$</b>

Vous n'aurez plus à payer de frais de récupération des économies réalisées sur l'appareil et de frais de récupération des économies additionnelles réalisées sur l'appareil à la date de fin de votre abonnement à durée déterminée.

3.3. *Frais de récupération des économies réalisées sur l'appareil (applicables uniquement aux Services à durée déterminée pour tout nouvel abonnement souscrit à partir du 22 janvier 2012). Des Frais de récupération des économies réalisées sur l'appareil (FREA) s'appliquent si vous*

avez obtenu un bénéfice économique en acceptant le nouvel abonnement à durée déterminée et que, pour quelque raison que ce soit, votre service ou votre nouvel abonnement à durée déterminée est annulé avant la fin de votre Entente (durée de votre Entente Fido). Les FREA correspondent au bénéfice économique multiplié par le nombre de mois restant à la durée de votre Entente Fido, divisé par le nombre total de mois de la durée de votre Entente Fido (taxes exigibles en sus). En d'autres mots:  $FRÉA = \text{Bénéfice économique} \times \text{nombre de mois restants} \div \text{durée de votre Entente Fido} + \text{taxes exigibles}$ .

Comme on peut le voir, de multiples expressions différentes sont employées, peu explicites, ce qui peut certainement porter à confusion. La longueur des phrases et des expressions n'aident pas du tout à la compréhension. Et la logique est mise à mal quand on parle de la récupération par le fournisseur des économies réalisées par le consommateur... Répétons-le : le paiement échelonné n'est pas une économie consentie au consommateur sur le prix de l'appareil, et il devrait selon nous être interdit aux fournisseurs de le présenter comme tel.

Au sujet des documents contractuels de Koodo, bien que les explications sur la réduction des frais de résiliation anticipée soient relativement claires dans la première partie (quoique, comme nous le mentionnions, si le solde doit être payé, serait-ce en partie, par versements, le coût de l'appareil n'est pas de 200 \$ malgré tout, et une telle indication est à notre avis trompeuse), la situation se gâte dans les paragraphes qui suivent...

**Coût de votre téléphone :**

Prix de détail intégral :	<b>500,00 \$</b>
Solde initial de la Balance :	<b>-300,00</b>
Coût de votre téléphone :	<b>200,00 \$</b>

**Solde de votre Balance :**

Nouveau solde de votre Balance :	<b>-300,00</b>
Période max. pour le remb. de la Balance :	<b>24 mois</b>
Réduction moyenne minimale de la Balance :	<b>12,50 \$</b>
Grâce à cette réduction mensuelle, le solde de votre balance sera ramené à zéro au plus tard le [date de début + 24 mois].	

1) Votre forfait inclut des frais relatifs à la Balance de 5,00 \$ par mois, qui contribuent à réduire le solde de votre Balance.

2) De plus, chaque mois, la contribution de Koodo vient réduire le solde de votre Balance d'un montant égal à 15 % des frais de service portés à votre compte au cours du mois en question (taxes, frais de paiement tardif, frais administratifs et frais relatifs à la Balance non compris).

3) Si la somme des frais relatifs à la Balance et de la contribution de Koodo de 15 % est inférieure à la réduction moyenne de la Balance indiquée à gauche, Koodo comble la différence.

4) Une fois le solde de votre Balance ramené à zéro, les frais relatifs à la Balance ne s'appliquent plus. Le solde de votre Balance, désormais positif, progresse peu à peu. Vous pourrez l'utiliser pour acheter votre prochain téléphone Koodo.

5) Il vous est possible de voir le solde de votre Balance en ligne au Libre-service Koodo.

Comme nous l'avons mentionné, le Conseil, dans la politique réglementaire 2013-586, a estimé que l'interprétation de TELUS est conforme aux principes et objectifs du Code, « puisqu'elle assurerait que les frais de résiliation a) ne dépassent jamais le montant maximal permis par le Code sur les services sans fil, b) atteignent 0 \$ après 24 mois ou moins et c) sont réduits chaque mois d'une manière claire, transparente et prévisible pour le consommateur<sup>128</sup>. »

On peut se questionner sur la conformité des services de Koodo au dernier point, soit sur la clarté du modèle d'amortissement de l'appareil. Le contrat qui explique deux méthodes d'amortissements (une d'un montant fixe et la balance variable, avec une indexation qui garantit que le montant minimal correspond à un amortissement linéaire de l'appareil) est compliqué par nature, et cela se reflète dans les explications du fournisseur.

Concernant un autre fournisseur maintenant. Si la terminologie utilisée par Vidéotron contribue à la clarté de ses explications lorsqu'elles parlent de « réduction mensuelle des frais de résiliation », rappelons qu'il nous a été impossible d'associer, dans le contrat que nous avons étudié, les frais de résiliation anticipée au forfait approprié, le vendeur en magasin ayant utilisé la section prévue à cette fin pour calculer les frais de résiliation potentiels de plusieurs appareils, dont aucun n'a finalement été choisi par le consommateur. Il nous a donc été à peu près impossible, à partir du seul contrat, d'avoir accès à des renseignements justes à ce sujet.

---

<sup>128</sup> *Op. cit.*, note 126. **CRTC**, *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-586*. Voir par 22.

En ce qui concerne les explications détaillées, on retrouve ceci dans les modalités de services de Vidéotron :

8.4 Si vous résiliez le Contrat et que vous avez obtenu, en considération du Contrat ainsi résilié, un bénéfice économique ou un rabais lors de l'achat d'un Équipement, vous devrez payer l'indemnité de résiliation suivante :

- (a) Si le Contrat résilié est un contrat à durée déterminée, l'indemnité payable sera équivalente au bénéfice économique indiqué au Contrat, moins le produit obtenu en multipliant ce bénéfice par la fraction que constitue la période écoulée depuis l'entrée en vigueur du Contrat par rapport au nombre total de mois du Contrat en question.
- (b) Si le Contrat résilié est un contrat à durée indéterminée, l'indemnité payable sera équivalente au rabais consenti sur le prix de vente de l'Équipement acquis, moins le produit obtenu en multipliant ce rabais par la fraction que constitue la période écoulée depuis l'entrée en vigueur du Contrat par rapport au nombre total de mois jusqu'à la fin de la période d'acquisition du rabais consenti indiquée au Contrat.

8.5 Si le Contrat résilié a été conclu le ou avant le 30 juin 2010 et que vous avez choisi une durée fixe d'abonnement afin de bénéficier d'un Prix réduit pour ce Service (12, 24 ou 36 mois), vous devrez payer à Vidéotron, à titre d'indemnité de résiliation, ce qui suit :

Date de résiliation du Contrat	Indemnité Engagement de 36 mois*	Indemnité Engagement de 24 mois*	Indemnité Engagement de 12 mois*
Entre le 1 <sup>er</sup> et le 12 <sup>e</sup> mois	300 \$	200 \$	120 \$
Entre le 13 <sup>e</sup> et le 24 <sup>e</sup> mois	200 \$	120 \$	S/O
Entre le 25 <sup>e</sup> et le 36 <sup>e</sup> mois	120 \$	S/O	S/O

Morale de cette histoire : évitez de tenter d'expliquer des formules mathématiques sous forme de texte continu.

Au sujet de la date à partir de laquelle les frais de résiliation anticipée ne s'appliquent plus au client, on ne peut s'empêcher de remarquer la liberté particulière que s'accorde Koodo en matière de date de fin de contrat, qui semble dépasser largement ce qui a été permis dans la politique réglementaire 2013-586 : «Grâce à cette réduction mensuelle, le solde de votre balance sera ramené à zéro au plus tard le [date de début + 24 mois].» La politique réglementaire était moins permissive<sup>129</sup>.

<sup>129</sup> «Le contrat peut indiquer que les frais de résiliation du client atteindront 0 \$ au plus tard à une date particulière» Voir : *Op. cit.*, note 126. **CRTC**, *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-586*. Voir par 22.

### **Et des cas qui dépassent la portée du Code...**

Nous avons observé une pratique qui n'a pas fait l'objet de discussions particulières lors de l'établissement du Code mais qui peut susciter quelques préoccupations. En effet, il nous a été donné de voir la mention par quelques fournisseurs de l'imposition d'une forme de frais de résiliation anticipée, dans l'éventualité où le consommateur, avant la fin d'un contrat qui comprenait le financement d'un appareil, souhaite choisir un forfait moins cher que celui qu'il avait sélectionné lors de la conclusion du contrat initial. Rogers, par exemple, parle dans ces cas de «déclassement de forfait», et explique, avec un autre exemple de formule mathématique sous forme de texte continu, les frais que ce déclassement entraînera :

*Si, pour quelque raison que ce soit, vous procédez à un déclassement pour un forfait d'une catégorie inférieure au cours de votre abonnement à durée déterminée, des frais de déclassement de forfait uniques seront portés à votre compte. Les frais de déclassement correspondent au montant pour le déclassement indiqué ci-dessous (le cas échéant) multiplié par le nombre de mois restants à votre abonnement à durée déterminée au moment du déclassement (taxes exigibles en sus). Les frais de déclassement sont calculés en fonction de la différence entre le Bénéfice économique lié à votre service et le Bénéfice économique en vigueur dans le cadre des catégories de forfait de niveau inférieur au moment où vous vous êtes abonné à votre forfait initial. Si vous devez payer des frais de déclassement, le montant de ces frais sera déduit du Bénéfice économique indiqué dans votre plus récente entente à des fins de calcul des frais de récupération des économies réalisées sur l'appareil.*

Nous avons vu des types de clauses similaires chez d'autres fournisseurs, notamment TELUS. Bien que nous comprenions l'intérêt du fournisseur derrière cette mesure – le financement sur l'appareil fourni étant proportionnel à la valeur économique du forfait choisi –, l'opacité de cette mesure au contrat nous inquiète. Outre des explications plus claires sur le calcul des frais de déclassement, il pourrait être pertinent d'exiger que l'existence de ces frais soit dénoncée avant la conclusion du contrat initial, afin d'éviter les mauvaises surprises et les barrières inutiles à un consommateur qui désirerait changer de forfait et contrôler ses dépenses en choisissant un forfait moins coûteux, suite à l'acquisition d'un appareil d'une valeur plus élevée.

Dans un autre ordre d'idée, bien qu'il ne s'agisse pas de frais de résiliation anticipée à proprement parler, nous nous questionnons sur la légitimité de la pratique qui consiste à porter un solde positif au compte du consommateur, une fois que l'amortissement de l'appareil dans le cadre de son contrat est complété, à partir du montant des frais mensuels qui servaient à payer l'appareil, et ce, afin, exclusivement, de lui faire profiter d'un rabais dans l'éventualité où il souhaiterait changer d'appareil – en cas de fin ou de résiliation du contrat, ces montants accumulés au compte du client ne sont pas remboursables. Certains fournisseurs, notamment Koodo et Virgin, ont adopté cette pratique :

**Koodo** : *Une Balance positive n'a aucune valeur en argent comptant, elle n'est pas transférable et sera annulée par Koodo (sans compensation) lorsque Koodo ou vous annulez le service.*

**Virgin** : *Si vous êtes un Membre existant de la SuperBalance Virgin Mobile, n'oubliez pas qu'un solde positif de SuperBalance n'a aucune valeur en argent et n'est pas transférable. Le solde sera annulé par Virgin Mobile (sans compensation à votre égard) lorsque vous annulez vos Services.*

La perte de ces sommes n'entraînera pas de choc tarifaire chez le consommateur (comme le faisaient les frais de résiliation non encadrés) ; cela ne constitue-t-il pas toutefois une forme de barrière à la mobilité ? Les impacts de telle pratique de commerce devraient probablement faire l'objet de recherches plus poussées.

En fait, notre critique ne s'inscrit pas contre le principe du rabais ; il devrait toutefois, à notre avis, être très clair pour le consommateur qui souscrit à des services qui peuvent faire l'objet de ces soldes positifs qu'une partie du montant qui lui est facturé est réservée pour l'achat éventuel d'un nouvel appareil chez ce même fournisseur, de sorte que ceux qui veulent profiter de cette possibilité s'en prévalent, tandis que ceux qui préféreraient un rabais mensuel sur leur service et/ou changer de fournisseur puissent également faire ce choix.

#### **i) G4 Période d'essai**

##### ***Analyse du Code***

L'obligation pour les fournisseurs d'offrir une période d'essai à un client qui consent à un contrat qui prévoit des frais de résiliation anticipée constitue une autre mesure phare du Code sur les services sans fil. Cette protection, contrairement aux obligations relatives aux modifications unilatérales et aux frais de résiliation, par exemple, n'avait pas été prévue dans les législations provinciales.

Le Conseil a jugé qu'une telle mesure était pertinente pour de nombreuses raisons : une période d'essai laissera le temps aux consommateurs de prendre connaissance de leur contrat, de tester leur appareil et le réseau, permettant d'éviter qu'ils soient coincés pendant plusieurs années avec un téléphone ou des services qui ne correspondent pas à leurs besoins<sup>130</sup>. Cependant, une fois de plus, cela ne s'est pas fait sans tenir compte aussi des intérêts des fournisseurs de services, comme le démontre le libellé choisi par le Conseil pour le Code.

---

<sup>130</sup> *Op. cit.*, note 96. **CRTC**, *Politique réglementaire CRTC 2013-271*. Voir par 249.

## **G. Résiliation et prolongation du contrat**

### **4. Période d'essai**

- (i) *Lorsqu'un client consent à un contrat qui prévoit des frais de résiliation anticipée, le fournisseur de services doit offrir au client une période d'essai d'au moins 15 jours civils pour lui permettre de vérifier si le service répond à ses besoins.*
- (ii) *La période d'essai doit commencer le jour du début du service.*
- (iii) *Le fournisseur de services peut imposer des limites raisonnables associées à l'utilisation des services vocaux, de messagerie texte et de données au cours de la période d'essai.*
- (iv) *Au cours de la période d'essai, le client peut résilier son contrat sans payer de pénalité ou de frais de résiliation anticipée si :*
  - a. *il n'a pas dépassé les limites d'utilisation permises;*
  - b. *il retourne l'appareil fourni par le fournisseur de services en état presque neuf, avec son emballage original.*
- (v) *Si un client s'auto-identifie comme une personne handicapée, le fournisseur de services doit prolonger la période d'essai à au moins 30 jours civils et doubler au minimum les montants d'utilisation prévus par le fournisseur de services pendant cette période. (Nos soulignés)*

Le passage qui à notre avis constitue la plus grande ambiguïté se trouve au sous-article iv, qui indique que le client n'aura pas à payer de pénalité. Qu'est-ce qui constitue une pénalité exactement ? Est-ce que cela signifie que le fournisseur ne peut facturer quelque somme que ce soit au consommateur qui résilie au cours de sa période d'essai ? Ou si d'autres frais pourront être imposés, à condition que ce ne soit pas des pénalités ? Nous verrons plus loin de quelle manière cette formulation a été comprise par l'industrie.

Les autres passages que nous avons soulignés ne présentent pas d'ambiguïté, mais laissent, en l'absence de lignes directrices, une totale discrétion aux fournisseurs, qui pourront déterminer les limites d'usage dont le dépassement rendra caduc le droit de résiliation du consommateur. Quelques mois après l'entrée en vigueur du Code, des questions du Conseil à plusieurs fournisseurs sur les seuils choisis semblent toutefois dénoter que le Conseil a à l'œil les conséquences possibles de cette discrétion laissée à l'industrie sur les limites pertinentes pour la période d'essai.

On notera que l'article B 1 (iv) h) impose au fournisseur de mentionner au contrat l'existence de la période d'essai et les limites d'utilisation connexes, mais que le Code n'impose pas l'inclusion de cette information au résumé des renseignements essentiels ; elle n'aura donc pas à se retrouver dans les premières pages du contrat.

## Pratiques de l'industrie

Les périodes d'essai chez les fournisseurs qui ont fait l'objet de l'étude comprennent le plus souvent des limites assez basses, autour de 30 minutes d'appel téléphonique et, souvent, à peine 50 mégaoctets de données (parfois 50 textos). Mais nous avons vu à l'occasion des limites plus élevées : 250 MO de données et 100 minutes de voix chez Sasktel.

Bell et Virgin imposent des limites supplémentaires : seulement deux appareils pourront être remboursables par entente. Cela est étonnant, étant donné que les forfaits de données partagés étaient publicisés au moment de l'étude (et le sont encore au moment d'écrire ces lignes) chez plusieurs fournisseurs.<sup>131</sup> Qu'arrive-t-il si le contrat inclut la fourniture de plus de deux appareils ?

On retiendra que les seules limites que semble permettre le Code sont celles qui sont associées à l'utilisation des services et l'état de retour de l'appareil (en état presque neuf avec son emballage original). Toute autre condition qui permettrait au fournisseur de refuser d'accorder au consommateur ces droits à la période d'essai et à la résiliation nous semble contrevenir au texte et à l'esprit du Code.

Les contrats répètent habituellement la condition liée à l'état de l'appareil que le Conseil a cru bon d'inclure au Code : l'appareil fourni doit être retourné dans un état presque neuf avec l'emballage d'origine. Nous n'avons pas remarqué de conditions plus précises au contrat.

Dans le cadre de notre étude, nous nous sommes prévalus à deux reprises du droit à la période d'essai. À chaque fois, l'appareil et tous les accessoires ont été très soigneusement examinés par les préposés, qui scrutaient à la recherche de quelque marque avec une attention à faire frémir le malheureux utilisateur, et vérifiant attentivement avec le personnel de l'entreprise, par téléphone, l'utilisation qui avait été faite du service.

Cela dit, une des deux expériences fut concluante et la résiliation de l'entente effectuée en moins de dix minutes, dans un climat courtois et serein. L'autre a rapidement tourné au cauchemar. Nous avons eu droit à environ quarante minutes d'interrogation par le vendeur (sur les raisons qui nous poussaient à demander une résiliation du service, des délais importants pour valider l'usage fait de l'appareil avec des collègues par téléphone) ; le préposé nous a accusé d'avoir utilisé 1 Go de données en un jour et demi seulement (alors que l'accès aux données mobiles n'était même pas activé sur l'appareil), etc. Le tout dans un climat de courtoisie décroissante du personnel au fur et à mesure que les minutes passaient...

Soulignons aussi que le droit à la période d'essai ne s'exerce pas à coûts nuls pour le consommateur. Certains des frais engagés au moment de la conclusion du contrat peuvent ne pas être remboursables : notamment, les frais d'activation (le cas échéant), les frais pour l'achat de la carte SIM, les frais mensuels encourus jusqu'à la date d'arrêt du service<sup>132</sup>. Nous avons aussi constaté à partir des contrats étudiés que des fournisseurs imposaient des frais de restockage pour l'appareil retourné ; ces frais sont déclarés notamment au contrat de Sasktel,

---

<sup>131</sup> Actuellement, Bell et Rogers proposent tous deux des forfaits de données qui peuvent être partagés entre 10 appareils. TELUS offre également ce genre de forfait de données partagées.

<sup>132</sup> Une des deux fournisseurs a toutefois offert spontanément d'annuler ces frais lorsque nous l'avons joint par téléphone.

soit 25 \$ pour un téléphone cellulaire ordinaire et 50 \$ pour un appareil intelligent. Malgré leur identification par les fournisseurs, ces frais pourraient aisément être considérés comme des pénalités, qui sont par ailleurs formellement interdites par le Code.

Les contrats examinés ne contiennent pas systématiquement d'avertissement concernant ces frais particuliers qui peuvent être encourus par le consommateur lors d'une résiliation dans l'exercice de leur droit à la période d'essai. Il semble donc que la seule garantie qui leur soit reconnue soit celle de ne pas se faire imposer de frais de résiliation anticipée ou de « pénalité » s'ils souhaitent se prévaloir de ce droit, à condition d'avoir très peu (et extrêmement soigneusement) utilisé l'appareil, d'avoir conservé l'emballage d'origine et de s'armer de patience et de détermination.

Concernant l'information disponible au contrat, bien que nous n'ayons pas de commentaires détaillés sur la clarté des renseignements, c'est plutôt, à notre avis, leur emplacement qui a le plus posé problème au cours de notre examen. La mention de la période d'essai est couramment reléguée beaucoup plus loin au contrat. Fido le mentionne carrément sur la facture, mais dans une police de caractère ridiculement petite (on trouve aussi l'information à la huitième page du contrat). Tout comme Rogers, Bell relègue l'information en page 5 des modalités de service, soit une annexe de 14 pages transmise en même temps que le contrat. Vidéotron opte pour la même stratégie, l'information étant reléguée à une annexe, dans une section au titre quelque peu confondant («GARANTIE DES SERVICES ET DE L'ÉQUIPEMENT») ; on peut tout de même leur donner une étoile pour avoir étendu leur période d'essai à une durée de trente jours (avec une limite d'usage de 30 minutes d'appel cependant). Koodo indique pour sa part des renseignements à ce sujet en page 4, soit la dernière page, du contrat imprimé.

Au final, on peut se questionner sur la lisibilité de nombreuses clauses qui concernent les périodes d'essai<sup>133</sup>.

---

<sup>133</sup> La Cour suprême, citant la doctrine québécoise, explique la portée qu'il faut donner à la notion de « clause illisible » : «...alors que la notion de clause externe (art. 1435 C.c.Q.) vise traditionnellement les clauses contractuelles qui sont physiquement séparées du document principal, la notion de clause illisible (art. 1436 C.c.Q.) vise, quant à elle, les clauses qui ne sont pas séparées du document principal mais dont la présentation physique les rend illisibles pour une personne raisonnable. C'est ainsi que l'on qualifie d'illisible la clause qui est \_ noyée parmi un grand nombre d'autres clauses \_ en raison de l'endroit où elle est située dans le contrat. D. Lluellas et B. Moore, *Droit des obligations* (2006), p. 897; B. Lefebvre, *Le contrat d'adhésion*, (2003), 105 R. du N. 439, p. 479. ». *Dell Computer Corp. c. Union des consommateurs*, [2007] 2 R.C.S. 801, 2007 CSC 34, par 90. <https://scc-csc.lexum.com/scc-csc/scc-csc/fr/item/2374/index.do> (page consultée le 25 mai 2015).

## j) G6 Prolongation du contrat

### Analyse du Code

Plusieurs obligations concernant la prolongation des contrats ont été adoptées dans le Code sur les services sans fil. Les motivations étaient les mêmes que celles qui ont été invoquées lors des changements législatifs provinciaux équivalents, soit d'éviter que les contrats soient prolongés avec des conditions restrictives, et ce, à l'insu des consommateurs, et que les consommateurs ne puissent profiter de la concurrence. Comme nous l'avons vu au chapitre précédent, les renouvellements automatiques de contrat à durée déterminée ont fait l'objet de doléances au fil des ans. Le Conseil confirmera ces préoccupations dans sa décision.

*273. Le manque de transparence concernant la prolongation d'un contrat préoccupe grandement les consommateurs. Ce manque de transparence peut nuire à l'établissement d'un marché plus dynamique, puisque le fait d'engager le consommateur à son insu dans une nouvelle période de contrat crée un obstacle au changement de FSSF pour les consommateurs.*

*274. Le Conseil estime que les consommateurs ont besoin de mieux comprendre ce qui prolonge le contrat, notamment si le remplacement de l'appareil prolonge le contrat. La prolongation automatique d'un contrat pour une nouvelle période d'engagement à la fin du contrat est un obstacle déraisonnable pour les consommateurs qui souhaitent changer de FSSF. Par contre, le Conseil estime que la prolongation automatique du contrat mois par mois à la fin du contrat avantage clairement les consommateurs<sup>134</sup>.*

Ainsi, le Conseil a réglé le problème de renouvellement des contrats à durée déterminée en reprenant la même solution que celle qui avait été adoptée dans plusieurs lois provinciales de protection du consommateur. Voici les articles qui ont été inclus au Code concernant les prolongations de contrat.

### **G. Résiliation et prolongation du contrat**

#### **6. Prolongation du contrat**

- (i) *Pour s'assurer que le service du client n'est pas débranché à la fin de la période d'engagement, le fournisseur de services peut prolonger un contrat de mois en mois, selon les coûts et les modalités originaux.*
- (ii) *Dans le cas d'un contrat à durée déterminée, le fournisseur de services doit informer le client, au moins 90 jours civils avant la fin de la période d'engagement initiale, si le contrat sera automatiquement prolongé ou non.*
- (iii) *Lorsque le fournisseur de services offre au client la possibilité de remplacer son appareil, il doit expliquer clairement au client en quoi le fait d'accepter un nouvel appareil modifiera les modalités existantes du contrat, y compris si cela prolongera la période d'engagement. (Nos soulignés)*

<sup>134</sup> *Op. cit.*, note 96. **CRTC**, *Politique réglementaire CRTC 2013-271*.

La première partie soulignée permet une certaine discrétion, que le Conseil a vraisemblablement pensée pour éviter les conflits avec certaines lois provinciales de protection du consommateur. En effet, certains intervenants de l'industrie, notamment Bell, avaient argué que la courtepointe de lois provinciales allait une créer une situation où le Conseil n'aurait nul autre choix que d'adopter un Code qui entrerait en conflit avec une loi provinciale ou une autre. Bell avait notamment souligné que la plupart des provinces qui avaient légiféré dans ce secteur avaient autorisé le renouvellement automatique des contrats, mais seulement sur une base indéterminée, alors que les changements législatifs qui ont été opérés en Nouvelle-Écosse ont carrément interdit toute forme de renouvellement automatique<sup>135</sup>.

La deuxième obligation mentionnée à cet article, qui porte sur l'envoi d'avis au client avant l'expiration du contrat, n'a pas fait l'objet de notre étude ; aucun renseignement à ce sujet ne fait pas l'objet de divulgation obligatoire au contrat.

L'article B.1 (iv), aux sous-paragraphes j) et k), impose aux fournisseurs d'inclure au contrat 'information sur ces questions de renouvellement. Nous nous sommes donc attardés un peu plus en détail sur la manière dont les fournisseurs ont informé les consommateurs sur les motifs qui peuvent mener à la prolongation du contrat, notamment le remplacement de l'appareil. Rappelons que cette information, comme celle qui porte sur le renouvellement automatique de l'entente après échéance, doit se retrouver au contrat, mais n'a pas à être divulguée au résumé des renseignements essentiels. Il faut également souligner que la politique de réglementaire du Conseil 2013-586 a apporté des clarifications sur les conséquences du changement prématuré d'un appareil sur les obligations contractuelles:

*Le fait de permettre aux clients de remplacer leur appareil sans clairement mettre fin à leur contrat actuel et aux modalités concernant l'appareil réduirait la certitude que l'exigence en question devait assurer. En tout temps, le client doit comprendre qu'un remplacement crée un nouveau contrat assorti de nouvelles obligations et qu'il ne s'agit pas simplement de prolonger l'entente originale<sup>136</sup>.*

Ainsi, une partie de l'ambiguïté propre à cet article a été réduite par cette précision apportée par le Conseil. Si le consommateur change d'appareil avant la fin du contrat, un nouveau contrat devra conclure, et le fournisseur devra respecter toutes les obligations d'information applicables.

<sup>135</sup> Témoignage de Bell aux audiences publiques. «6982 We sympathize with the difficult position that the Commission finds itself in. No matter which option is selected on the automatic contract renewal issue, the national Code will conflict with one or more provincial codes. For example, if your Code provides that contracts renew automatically at the end of a term contract, this will conflict with Nova Scotia's legislation. If your Code provides that contracts do not renew automatically at the end of a term contract, this will conflict with Quebec's legislation.» **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** *Transcription, Audience du 13 février 2013. Instance dans le but d'établir un code sur les services sans fil pour les consommateurs*, CRTC, Gatineau, Québec, Canada, 14 février 2013. <http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2013/tt0213.html> (page consultée le 24 mai 2015).

<sup>136</sup> *Op. cit.*, note 126. **CRTC**, *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-586*. Voir par. 52.

## **Pratiques de l'industrie**

### **Renouvellement automatique**

Si l'information sur le renouvellement automatique est généralement communiquée d'une manière qui peut en permettre la compréhension, elle peut se retrouver aussi bien à la première page du contrat qu'à la fin du document, voire carrément en clause externe accessible par hyperlien.

Quelques cas typiques de formulation ...

*Service Period: Your contract begins 14-Dec-2013 and ends 13-Dec-2015. At the end of this period, your service will automatically be on a month-to-month basis<sup>137</sup>.*

*Période d'engagement : 24 mois Date de début: 28 novembre, 2014 Date de fin: 27 novembre, 2016. Votre service sera offert de mois en mois après cette date de fin<sup>138</sup>.*

Certaines sont plus pénibles que d'autres :

*À la fin de votre Période d'engagement, votre forfait passera automatiquement à un abonnement mensuel. Fido peut communiquer avec vous en tout temps pour vous proposer de renouveler votre forfait. Si vous ne souhaitez pas renouveler votre forfait au moment où Fido communique avec vous, vous conserverez votre forfait ainsi que votre entente actuels, inchangés, jusqu'à ce qu'un changement y soit apporté ou que l'abonnement soit résilié conformément aux modalités de l'Entente régissant ce forfait<sup>139</sup>.*

On ne peut pas dire que tout ça soit limpide, surtout pour les non-initiés.

---

<sup>137</sup> Extrait du contrat de Sasktel.

<sup>138</sup> Extrait du contrat de Bell.

<sup>139</sup> Extrait du contrat de Fido.

## **Changement d'appareils**

Certains fournisseurs indiquent l'effet sur le contrat des changements d'appareil par l'abonné en cours de contrat, mais il ne s'agit pas de la majorité. Dans ces circonstances, les pratiques déclarées sont conformes au Code et à la politique réglementaire 2013-586, c'est-à-dire que le consommateur doit payer le solde restant de son appareil avant de procéder au changement d'appareil.

Cependant, les termes utilisés varient (on parle de résiliation, de «surclassement» anticipé, ou autre) et l'effet sur le contrat n'est pas nécessairement indiqué noir sur blanc : plusieurs fournisseurs usent du conditionnel. L'information se retrouve parfois seulement au moyen d'une référence en ligne.

Voici quelques exemples de formulations qui expliquent clairement l'impact du changement d'appareil sur les frais de résiliation, mais pas nécessairement sur le contrat ; en somme, seul TELUS est entièrement limpide sur l'effet d'une telle procédure sur le contrat et sur les sommes à payer pour le consommateur.

TELUS à la deuxième page du contrat :

### ***Puis-je remplacer mon appareil en tout temps?***

*Bien évidemment. A condition que votre compte soit en règle, vous pouvez remplacer votre appareil en tout temps. Il vous suffit pour cela d'acquitter le solde de votre appareil à la fin du dernier mois complet écoulé depuis le début de votre entente, ou depuis votre dernier remplacement, puis de choisir un nouvel appareil et de souscrire une nouvelle durée d'engagement. (Nos soulignés)*

Chez Bell :

### ***Qu'arrive-t-il si je désire un surclassement d'Appareil?***

*Vous pouvez en tout temps accéder à votre profil libre-service sur [bell.ca/MonBell](http://bell.ca/MonBell) pour vérifier si vous êtes admissible à un surclassement d'Appareil. Vous devrez conclure une nouvelle Entente avec Bell au moment du surclassement d'Appareil. Des Frais de surclassement d'Appareil anticipé peuvent s'appliquer. Des offres de surclassement d'Appareil à rabais sont proposées à l'entière discrétion de Bell et peuvent être retirées à tout moment.*

Pour Koodo, les renseignements ne se trouvent qu'en clause externe en ligne :

### ***Puis-je remplacer mon téléphone par un meilleur en tout temps?***

*Oui, si votre compte est en règle. En signant une entente avec un rabais à l'achat du téléphone, le solde de votre Balance figure sur votre facture mensuelle. Le solde de votre Balance reflète au départ le rabais dont vous avez bénéficié, puis décroît au fil des mois, tout au long de la période de service. Le remboursement du solde de votre Balance vous permet de remplacer votre téléphone par un meilleur.*

## k) H1 Dépôt de garantie

### Analyse du Code

Les débats au sujet des obligations relatives au dépôt de garantie ont été relativement brefs, comme en témoigne la politique réglementaire 2013-271, qui n'aborde que la question du plafonnement du montant des dépôts de sécurité. Les questions de débranchement et de dépôt sont pourtant beaucoup plus complexes que la seule question des montants qui peuvent être exigés en dépôt aux consommateurs, comme le démontrent les réglementations adoptées sur ces questions en matière de téléphonie filaire.

Le Conseil a statué sur la question du plafond aux montants de dépôt en retenant les arguments de l'industrie, indiquant que :

*[U]ne limite maximale sur le montant des dépôts de garantie pourrait faire en sorte que des clients potentiels se verraient refuser le service. [...] Toutefois, le Conseil estime que le FSSF doit clairement renseigner les consommateurs sur le dépôt de garantie (motifs de la demande de dépôt de garantie, conditions d'examen du caractère approprié continu du dépôt et de son retour). Le Conseil surveillera le nombre de plaintes liées aux dépôts de garantie déposées auprès du CPRST pour s'assurer que les dépôts de garantie ne deviennent pas un obstacle à l'accès aux services sans fil pour les consommateurs<sup>140</sup>.*

Voici le libellé adopté au Code sur la question du dépôt de garantie, tel que formulé par le Conseil.

#### **H. Dépôt de garantie**

##### **1. Demande, examen et retour d'un dépôt de garantie**

- (i) *Si un fournisseur de services demande un dépôt de garantie à un client, il doit :*
  - a. *informer le client des raisons de la demande de dépôt;*
  - b. *conserver les justifications dans un dossier tant et aussi longtemps que le fournisseur de services détient le dépôt;*
  - c. *indiquer dans le contrat écrit les conditions de retour du dépôt de garantie;*
  - d. *évaluer au moins une fois par année la pertinence de conserver le dépôt de garantie;*
  - e. *retourner au client le dépôt de garantie, avec intérêts, moins seulement tout montant dû par le client, au plus tard dans les 30 jours civils après que :*
    - *le client ou le fournisseur de services a résilié le contrat;*
    - *le fournisseur de services détermine que les conditions de retour du dépôt de garantie sont respectées.*
- (ii) *Le fournisseur de services doit calculer les intérêts sur les dépôts de garantie selon le taux du financement à jour de la Banque du Canada en vigueur, majoré d'au moins un point de pourcentage, sur la base du nombre réel de jours dans une année, qui augmente à chaque mois.*
- (iii) *Le fournisseur de services peut utiliser le dépôt de garantie pour recouvrer tout montant en souffrance et peut demander au client de reconstituer le dépôt de garantie comme condition pour continuer de fournir le service. (Nos soulignés)*

<sup>140</sup> Op. cit., note 96. **CRTC**, *Politique réglementaire CRTC 2013-271*. Voir par. 285.

Les passages soulignés ici ne font pas l'objet d'ambiguïtés, mais dénotent toute la flexibilité laissée aux fournisseurs pour l'application de ces politiques relatives au dépôt. Les justificatifs de la demande de dépôt, les conditions de retour du dépôt, les raisons qui justifient le maintien du dépôt et les conditions de la demande de reconstitution du dépôt sont à l'entière discrétion du fournisseur, et les obligations d'information sont parfois floues : le Code n'exige jamais explicitement que les raisons de la demande du dépôt se trouvent au contrat (le fournisseur pourrait les communiquer de vive voix, par exemple). La situation est la même pour les conditions d'examen du maintien du dépôt.

Ces renseignements relatifs aux dépôts et les «modalités connexes» doivent donc faire l'objet d'une divulgation au contrat (B.1 (iv) I.), mais pas au résumé des renseignements essentiels. Les modalités connexes n'étant pas définies, il revient au fournisseur d'interpréter la portée de l'exigence de divulgation (outre celle d'indiquer le montant du dépôt – comme il s'agit du contrat, le montant en question sera celui du dépôt qui aura été fourni par le client).

### ***Pratiques de l'industrie***

Nous n'avons pas eu en notre possession de contrats qui exigeaient le versement d'un dépôt de sécurité. Aucun des documents contractuels examinés ne mentionnait en détail toutes les conditions relatives au dépôt qui sont énumérées au Code. Même les conditions de retour du dépôt, dont l'obligation de divulgation au contrat est expresse, étaient parfois omises dans les sections des contrats qui portaient sur le dépôt de garantie<sup>141</sup>. Plusieurs indiquent que le dépôt sera remboursé sous forme de crédit sur le service, en omettant de spécifier si le montant sera indexé au taux de la banque du Canada, tel qu'exigé au Code. Cette pratique, qui substitue un crédit au «retour du dépôt de garantie» pourrait sembler imposer une condition supplémentaire non prévue par le Code; il serait étonnant que, parmi les « conditions de retour du dépôt de garantie» le CRTC ait eu l'intention d'accepter le remplacement du retour par un crédit.

Nous avons remarqué que les exigences quant au remboursement du dépôt peuvent être particulièrement contraignantes. De plus, l'information sur les dépôts se trouve parfois en clause externe seulement.

Soulignons finalement que si la possibilité d'exiger un dépôt est souvent mentionnée, les modalités de débranchement ne sont pas systématiquement indiquées ou expliquées clairement dans les documents contractuels, fort probablement parce que le Code ne prévoit aucune obligation d'information à cet effet.

---

<sup>141</sup> Puisque notre étude ne comprenait pas de volet terrain, nous n'avons pu vérifier si cette information était transmise d'une autre façon.

Parmi les divulgations les moins opaques, on retrouve celle de Bell :

***Bell exige-t-elle un dépôt de garantie?***

*Bell peut exiger un dépôt de garantie et, le cas échéant, elle vous indiquera pourquoi. Les dépôts de garantie portent intérêt simple, selon un taux de 1 % supérieur au taux cible du financement à un jour de la Banque du Canada en vigueur, l'intérêt étant calculé chaque mois le dernier jour du cycle de facturation mensuel et rajusté pour toute fraction de mois durant laquelle Bell retient ce dépôt. Si les Services de Bell sont annulés ou que l'exigence du dépôt de garantie n'est plus justifiée (après, habituellement, que vous aurez payé en entier et à temps six (6) factures mensuelles consécutives), Bell appliquera le montant du dépôt de garantie et les intérêts accumulés au paiement de tout montant impayé puis vous remboursera le solde de ce dépôt, s'il en est, dans les 30 jours civils. Dans le cas d'un compte associé à des abonnés multiples. Le dépôt de garantie sera remboursé lorsque tous les abonnés en cause auront annulé les Services ou, si cela survient avant, six mois après l'ajout du dernier abonné au compte et que le compte soit demeuré en règle. Les comptes pour lesquels un dépôt de garantie est exigé ne sont pas admissibles à l'option de facture unique de Bell. (Nos soulignés)*

Rappelons toutefois que les mêmes fournisseurs (Bell et Virgin) imposent aux clients de qui ils ont exigé un dépôt d'autres conditions particulièrement restrictives, notamment pour les frais de déverrouillage, qui atteignent 150 \$ pour ceux qui auront eu à payer un dépôt.

Les politiques de Sasktel comportent également des clauses assez restrictives, notamment sur la reconnexion des services ou le recouvrement réalisé à partir des dépôts. La politique de Sasktel sur le non-remboursement semble même carrément abusive, et pourrait bien contrevenir au texte et à l'esprit du Code, qui stipule expressément l'obligation de retourner le dépôt en cas de résiliation.

***4.3 If you fail to pay any amount owing to us for the Service, we can decide to suspend or disconnect your service, provided:***

- a) your account exceeds \$50 or has been past due for more than two months;*
- b) you fail to provide us with a security deposit or other reasonable alternative when we have requested you to do so; or*
- c) you previously agreed to a deferred payment arrangement with us and have not complied with the terms of that arrangement.*

(...)

***11. The charge to re-connect your service after it has been suspended is \$35.***

*11.1 We may require you at any time to provide a deposit in an amount satisfactory to us to be held and applied as we may see fit to outstanding amounts that you owe us. In the event this Agreement is cancelled because of your default, we may keep your deposit as a genuine pre-estimate of damages and not as a penalty. Upon cancellation of your Service, your deposit will be returned to you when your account with us for the Service has been paid in full, or it may be applied by us toward payment of any outstanding balance on your account.*

(...)

*...If you have signed up for the SaskTel Pre-Authorized Payment (PAP) plan for your service and a payment is missed, not honoured for any reason, or if the banking information is not correct when your PAP plan is set up, your service will be suspended. If your account is suspended, there are NSF fees, service reconnection fees, cancellation fees and other charges that apply, including your obligation to pay for the service you have used. If your service is*

*suspended in these circumstances, SaskTel will require a \$250 to \$500 deposit in order to continue your service. Your service will be suspended until a deposit is provided.*

Certains fournisseurs, notamment Vidéotron, ont également des exigences particulières quant aux modes de paiement, qui pourraient s'avérer problématiques pour les consommateurs à faibles revenus.

*3.6 Vidéotron pourra, si les circonstances le justifient, exiger un paiement d'avance sur certains Services, un paiement provisoire avant la date de facturation normale ou une garantie dans les cas suivants : i) vous n'avez pas d'antécédents de crédit auprès de Vidéotron et vous refusez ou ne pouvez fournir, de façon satisfaisante, des renseignements sur votre solvabilité, ii) vous avez un historique de paiement insatisfaisant auprès de Vidéotron, ou iii) vous présentez un risque anormal de perte en raison de votre situation financière ou de votre utilisation des Services. Vidéotron vous informera du motif précis de cette exigence et des modalités applicables. En cas de paiement provisoire, les montants dont le paiement est exigé seront considérés en souffrance 3 jours après avoir été engagés ou 3 jours après que Vidéotron en ait exigé le paiement, selon la dernière éventualité à se produire. En cas de défaut de votre part de fournir le paiement d'avance, un paiement provisoire ou une garantie, selon le cas, Vidéotron pourra exiger le paiement immédiat de toute somme due.*

Exhaustives ou non, il n'en demeure pas moins que les explications relatives aux pratiques de dépôt et de débranchement sont régulièrement si arides que certaines clauses pourraient certainement être qualifiées d'incompréhensibles<sup>142</sup>, en plus d'être potentiellement injustifiées.

---

<sup>142</sup> La Cour suprême explique la portée qu'il faut donner à la notion de « clause incompréhensible » en droit québécois : « Par clause incompréhensible (art. 1436 C.c.Q.), on entend une clause dont la formulation est défectueuse, ce qui rend son contenu inintelligible ou trop ambigu ». ».  
*Dell Computer Corp. c. Union des consommateurs*, [2007] 2 R.C.S. 801, 2007 CSC 34, par 90. <https://scc-csc.lexum.com/scc-csc/scc-csc/fr/item/2374/index.do> (page consultée le 29 mai 2015).

## **4. Point de vue des intervenants**

---

Afin d'obtenir des impressions sur l'application du Code sur les services sans fil et sur comment il devrait être appliqué, nous avons contacté un ensemble d'intervenants qui ont participé à son élaboration dans le cadre des consultations du CRTC. Nous leur avons expédié un questionnaire afin de recueillir leur avis sur la question. Nous leur avons aussi acheminé un sommaire des faits saillants de notre étude terrain, afin d'obtenir leur réaction sur certains résultats de nos recherches qui illustrent les impacts de certaines ambiguïtés ou mesures de flexibilité qui se retrouvent au Code.

Afin d'avoir les noms et coordonnées de ces participants aux audiences du CRTC, nous avons extrait ces données de la liste d'envoi utilisée par le Conseil pour contacter les intervenants dans le cadre des consultations relatives au Code. Ainsi nos questionnaires ont été envoyés à 17 entreprises canadiennes du secteur des télécommunications<sup>143</sup> et à une trentaine d'intervenants d'autres milieux, incluant associations diverses, dont celle des fournisseurs de sans fil, groupes de consommateurs, experts universitaires ainsi qu'à différents organismes ou gouvernements provinciaux qui ont également pris part aux consultations<sup>144</sup>.

Plusieurs ont accepté de participer. Du côté de l'industrie : TELUS et Mobilicity ont répondu à notre questionnaire et Rogers a fourni quelques éléments sommaires d'information sur le sujet. Parmi le reste des intervenants, nous avons obtenu des réponses de différents groupes de défenses des consommateurs et de l'intérêt public : le Service de protection et d'information du consommateur (SPIC), le Centre pour la défense de l'intérêt public (PIAC) et la (Clinique d'intérêt public et de politique d'Internet du Canada Samuelson-Glushko (CIPPIC). Du côté des chercheurs universitaires, nous avons obtenu des réponses du Dr. Tamara Shepherd et des brefs éléments de réponse du Dr. Catherine Middleton (toutes deux du Ted Rogers School of Information Technology Management, Ryerson University). Le journaliste Daniel AJ Sokolov a également accepté de répondre, tout comme le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) et le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada (CPVP).

Les questionnaires qui ont été distribués aux membres de l'industrie et aux autres intervenants diffèrent légèrement, mais sont suffisamment similaires pour que nous puissions regrouper les faits saillants de leurs réponses par grands thèmes.

---

<sup>143</sup> Bell, Eastlink, Hay Communications, Hurontel, Mobilicity, Mornington, MTS, Nexicom, Northwestel, Quadro, Québecor, Rogers, Sasktel, Sogetel, Tbaytel, Telus et Wind.

<sup>144</sup> Canadian Wireless Telecommunications Association, Ministère de la culture et des communications du Québec, ministère de la justice du Québec, Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, Media Access Canada, gouvernement de l'Alberta, professeures Catherine Middleton, Tamara Shepherd et Julia Shidoi de l'Université Ryerson, DiversityCanada Foundation, Bureau de la concurrence, Daniel AJ Sokolov, gouvernement du Manitoba, gouvernement de l'Ontario, le député du nouveau parti démocratique Glenn Thibault, le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST), Vaccination Informatique, le Public Interest Advocacy Center (PIAC), Leslie Shade de l'Université de Toronto, gouvernement du Territoire du Nord-Ouest, gouvernement du Yukon, Université de Carleton, Service de protection et d'information du consommateur (SPIC), Canadian Internet Policy and Public Interest Clinic (Cippic) et Consumers Council of Canada.

De façon générale, un nombre important d'intervenants s'entend pour reconnaître que le Code sur les services sans fil a permis, sur certains points, l'amélioration de la situation sur le terrain pour les consommateurs. Plusieurs répondants qui n'appartiennent pas à l'industrie ont tout de même souligné des problèmes qui persistent, dû à la flexibilité allouée à certaines mesures, ou dû au fait que certaines questions n'ont tout simplement pas abordées par le Conseil dans le cadre de cette consultation, notamment l'état général de la concurrence des services de détail. Il convient de prendre connaissance des principales réponses reçues<sup>145</sup>.

## 4.1 Les effets du Code...

### 4.4.1 Sur la clarté de l'information

Les effets du Code sur la clarté de l'information transmise aux consommateurs a fait l'objet de commentaires par moments contradictoires. Nous avons demandé aux membres de l'industrie comment ils s'assurent que leurs contrats informent correctement les consommateurs de leurs droits et obligations.

Les fournisseurs ont beaucoup insisté sur le fait qu'ils se conforment aux obligations prévues au Code sur les services sans fil.

*TELUS had implemented "Clear and Simple" contract terms. As a result, TELUS' contracts were already consistent with the Wireless Code's requirements about use of plain language when the Wireless Code came into force (...) TELUS provides in-person, telephone and online support to field customers' inquiries about their rights and obligations. TELUS also provides direct support for customers through its Learning Centres where customers can ask questions about their wireless services.*

*Rogers' consumer contracts meet the requirements of the Wireless Code. We strive for these consumer agreements to be clear and easy-to-understand, while recognizing that it is a legal document. (...) The key consideration when developing wireless phone contracts is that all the critical elements of the contract are disclosed in an understandable manner. Consumers are most concerned about the monthly recurring fees, the length of their fixed term commitment and its expiry date, as well as what usage is included. It is also important that the customer understands details of any economic incentive that will be used for calculating early cancellation fees. Rogers has ensured that these key elements are clearly laid out at the start of our consumer agreements...*

À tous les autres types de participants, nous avons demandé leurs impressions sur la clarté, l'exhaustivité et l'exactitude de l'information transmise par les fournisseurs aux consommateurs. Le niveau de satisfaction qu'ils ont exprimé est variable. Une certaine amélioration, quoique relative, a été constatée – On a noté que l'information en personne s'est améliorée, mais que l'information écrite n'est toujours pas claire et complète. On y a noté que les résultats sont très variables sur le terrain d'un fournisseur à l'autre, en fonction des interprétations qui sont faites du Code par l'industrie. Bref, de manière générale, les constats sont positifs, mais teintés de nuances.

---

<sup>145</sup> Nous étayons ici ce qui nous a semblé les extraits les plus pertinents par réponses reçues, en fonction des principales thématiques du questionnaire. Certains paragraphes sont des regroupements de plusieurs réponses à des questions qui portaient sur des thématiques communes.

Le Dr. Shepherd a un point de vue assez représentatif sur ce plan:

**Dr. Shepherd :** *I think there has been a notable improvement in the way carriers inform consumers about their rights since the introduction of the Wireless Code — something I've noticed particularly in face-to-face interactions with sales staff. However, as the UC study points out, the written documentation in wireless contracts is still not always clear or complete.*  
[...]

*The lack of clarity in contracts is a difficult element to resolve fully, since the language of contracts is inherently jargon-filled. The issue raised in UC's findings about the use of various abbreviations for service and term, however, is something that could easily be remedied by carriers.*  
[...]

*While the completeness and clarity may be lacking, I don't think the information provided in itself is wholly inaccurate. I think carriers have been trying to comply with the Wireless Code (more or less).*

**CIPPIC:** *Information is far more complete than it was before the Code came into effect, and the standardization provided by the critical information summary is useful.*  
[...]

*Clarity has improved, but there is still room for further improvement, which will hopefully come as the Code is applied to more situations over time.*  
[...]

*There seem to be serious shortcomings in customer notification around specific issues, such as the availability of trial restrictions, and the extensive use of hyperlinks to provide important information, as identified in the report, indicates individuals are not well aware of their rights [...] Additionally, there have been concerns that customers are not adequately notified of their right of recourse to the CCTS in the context of disputes with their service providers. Service providers should be notifying customers of the availability of CCTS recourse at each stage of their internal complaints-handling protocol.*

**PIAC:** *Progress in this area has been substantial recently, likely due to the development and implementation of the Wireless Code. However, recent CCTS Annual Reports show an increase in wireless complaints about "non-disclosure/misleading terms,"*  
[...]

*This indicates, it seems, [...] that even with the clarity provided by the Code the front line staff of carriers may still be facing other pressures (likely marketing scripts and quotas) which may lead to exaggerations or unclear statements that result in complaints of the "non-disclosure/misleading terms" type.*

Le CPVP a communiqué quelques éléments d'information intéressants sur son interprétation de certaines obligations d'information au Code sur les services sans fil, en regard des obligations relatives à la protection de la vie privée.

**CPVP** While the Code notes that changes to "key contract terms and conditions" (for postpaid wireless contracts) requires informed and express consent, these "key terms and conditions" appear to be related to service fees and charges, which may be beyond issues related to the collection, use and disclosure of personal information.

[...]

The Code does note though that there are "other aspects of the contract", of which are privacy policies. Changes to privacy policies require wireless service providers to provide at least 30 calendar days notice to customers before such changes are made. In addition, wireless service providers must explain the change and when it will take effect.

En effet, notre étude nous aura permis de voir que les obligations relatives à la protection de la vie privée font l'objet d'un traitement qui semble être bien loin des priorités des fournisseurs de services. Souvent, la politique en question n'est même pas remise à la conclusion du contrat (malgré le fait que le Code fasse une obligation de la remise des documents connexes (B.1 (i)), desquels fait partie la politique sur la protection des renseignements personnels (selon A.1 (ii)).

#### 4.4.2 Sur les pratiques commerciales

Nous nous sommes enquis auprès des répondants sur les pratiques commerciales des fournisseurs, et notamment s'ils pensaient que les mesures au Code permettent aux consommateurs de profiter plus facilement des offres sur le marché. Les membres de l'industrie, notamment TELUS, se montrent assez prudents dans leurs réponses, tandis que les autres types d'intervenants sont plutôt critiques.

**TELUS:** Consumers can now obtain an unlocked device from any provider, so that allows them to take their current device to a different provider, should they desire.

[...]

The wireless services marketplace in Canada has always had a tremendous amount of competition, with all providers competing on daily basis to obtain, retain and win customers. This existed well before the Wireless Code came into force...

L'effet du Code sur la durée des contrats a été mentionné par plusieurs intervenants.

**PIAC** contends the reduction in contract term offered by wireless service providers enables greater flexibility for consumers when choosing wireless service. In addition, the prohibition of termination fees above those calculated on the formulas in the Wireless Code allow consumers to evaluate other services and to change providers without undue penalty. The vehemence of the carriers in challenging the proposed ultimate limitation date for contracts in the Federal Court of Appeal, and preparations for the "double cohort" of consumers that will be freed from contract terms in June 2015 also supports the theory that the Wireless Code has indeed had its intended effect of increasing consumer power and competition in this area.

**CIPPIC:** The critical info summaries, the availability of unlocking (which some providers did not offer at all prior to the Code), the limit on contractual term restrictions to 24 months in lieu of the

prevalent 3-4 years that were there before, the limits on exit penalties, the imposition of a hard cut-off for roaming data usage -- all of these measures have improved customer's ability to benefit from offers. It has led to somewhat lower prices and improved clarity already.

Nous leur avons ensuite demandé si le Code, tel que rédigé à l'heure actuelle, atteint ses objectifs.

Les membres de l'industrie n'ont pas fourni de commentaires détaillés en réponse à cette question, mais les autres intervenants étaient loquaces.

Les points de vue sont parfois positifs, mais fréquemment critiques.

*PIAC's position is that the introduction of the Wireless Code set the stage for the immediate or near term resolution of a series of consumer irritants that were identified and included within the Code (reducing and standardizing early termination fees, removing one month termination notice, roaming and data overage charge caps, phone unlocking). Subsequently, when service providers business practices were conducted in adherence to the Wireless Code, they allowed the Code mostly to achieve these objectives.*

Des ambiguïtés au Code ont été soulevées par divers répondants, notamment au sujet des renseignements sur les périodes d'essai, qui ne sont pas toujours divulgués clairement au point de vente. Sur le même sujet, les limites basses permises à la période d'essai font l'objet de doléances.

*CIPPIC : Restrictive conditions (30 call minutes, 50 MB usage) on usage during trial periods were regrettably envisioned by the Code. Service providers argued that such restrictions were necessary in order to retain the warranty and resale value of the phone. The argument was that phone use beyond this threshold would render a phone 'used' and no longer re-sellable as 'new'. However, the report's suggestion that some providers offer less restrictive usage limitations during trial periods suggests that it is possible to allow more latitude for usage without rendering a device 'used'.*

Est aussi dénoncée l'imposition de frais de déverrouillage qui constitue une autre forme de barrière à la mobilité, avec des frais qui sont difficiles à justifier vu le coût minimal qu'entraîne pour le fournisseur le déverrouillage des appareils.

De plus, des commentaires ont été formulés au sujet des plafonds de frais excédentaires, le Code n'étant pas particulièrement clair sur la personne à qui doivent être expédiés ces avis. Et finalement, des commentaires ont également été formulés sur la réduction mensuelle des frais de résiliation, la flexibilité permise au Code pouvant susciter des problèmes de transparence quant à la réduction des frais pour les consommateurs.

### 4.4.3 Les succès

Nous avons demandé aux répondants quelles sont, à leur avis, les principales réussites du Code sur les services sans fil. L'éclectisme des réponses reçues semble confirmer que, bien qu'il comporte des failles, son entrée en vigueur a tout de même globalement servi les intérêts des consommateurs. Les intervenants ont notamment souligné qu'il s'agit d'un ensemble de mesures de protection nationales et minimales pour les consommateurs, qui forcent les fournisseurs à réexaminer leurs pratiques de commerces.

***TELUS:** The Wireless Code has ensured that all wireless service providers provide their customers with contracts in plain language, and to highlight key terms in the Critical Information Summary. Consumers also benefit from a trial period and bill management tools, such as data caps and notifications when they are roaming.*

Comme plus grand succès, le SPIC mentionne quant à lui l'amélioration des pratiques à l'égard des indemnités en cas de résiliation unilatérale par le consommateur, tandis que la CIPPIC mentionne plutôt la réduction de la durée des contrats à deux ans.

***CIPPIC:** ...it has already established positive baselines for customer comparisons, some important limits on how service providers can negatively impact on their customers, how easily they can re-enter the market if they are upset with their provider, and provided a much stronger basis for customer protection in CCTS dispute resolution. [...]*

*The ability to more easily re-enter the market will, over time, make it possible for other competition-enhancing initiatives to be fully realized in a manner [that] will ultimately lead to a far more competitive landscape.*

***PIAC:** Without the implementation of the Wireless Code, debates regarding caps on roaming and data overage fees, regulated early cancellation fees and the extra 30 day charge would remain outstanding. [...]*

*In short, while the Wireless Code is not perfect, it does compel wireless providers to behave in a more professional manner.*

#### 4.4.4 Les échecs

Évidemment, nous nous sommes aussi enquis sur ce que les intervenants considèrent être les principaux échecs du Code. La question des ambiguïtés de certains libellés a été mentionnée, ainsi que les difficultés d'application de ce code de conduite, dans une optique où il peut être complexe pour le régulateur de trouver le juste équilibre entre les droits et les intérêts des consommateurs et des fournisseurs. Il n'est pas inintéressant de voir que la réduction de la durée des contrats, considérée par plusieurs intervenants comme un succès, est plutôt considérée comme un problème par TELUS.

***TELUS:** Limiting the early cancellation fee reduction to a 24 month period was unnecessary. [...]*

*The 36 month term option was an option many customers desired because it reduced the amount the customer had to pay to obtain a new device at the beginning of a term contract. Removal of this option has, of course, caused an increase in prices that customers must pay for a new device, because the size of the device subsidy is smaller in a 24 month contract term.*

Pour sa part, Mobilicity se fait plus prudente et semble laisser entendre qu'il est peut-être trop tôt pour apprécier l'efficacité du Code vu certains comportements qui sont ancrés dans les mœurs... des consommateurs.

***Mobilicity:** Canadian consumers had experienced decades of punitive termination fees and other maltreatment from the oligopoly carriers prior to the introduction of the Code. [...]*

*We believe the Code will be most effective when consumers' decade long expectations and behaviour change.*

Certains problèmes spécifiques ont été mentionnés; par exemple, selon le PIAC, les mesures sur les politiques de déverrouillage pourraient être plus agressives, la principale lacune étant de permettre aux fournisseurs d'imposer pour le déverrouillage les frais de leur choix, ce qui «rend nul l'effet d'exiger le déverrouillage pour les consommateurs». Daniel Sokolov revient quant à elle à la charge sur les messages texte à tarification supplémentaire qui continuent d'affliger des consommateurs pour des services qu'ils n'ont jamais demandés. Il indique que ceux-ci devraient être désactivés par défaut, et la possibilité de s'abonner à ces services autorisée seulement après avoir un consentement explicite du client.

La CIPPIC a notamment formulé des commentaires sur l'application du Code sur les services sans fil par le CPRST :

***CIPPIC:** ...perhaps the Code's greatest current shortcoming is the inaccessibility of data regarding its on-the-ground application. The CCTS has some of this data, and will hopefully place it on the public record soon through its annual report, but these only highlight a few indicative trends. Ideally, all CCTS Code-related decisions should be published (without naming specific implicated service providers, if that is a concern) so that everyone can see where the Code is succeeding and failing on the ground. [...]*

*In addition, there needs to be better reporting of service provider's internal complaints processing. The bulk of complaints will be handled internally by companies. How is the Code being applied by companies to internal complaints? Are customers made aware of relevant Code provisions when a complaint arises? Are they made aware of the CCTS? We do not know.*

#### 4.4.5 Sur les frais de résiliation

Étant donné que la politique réglementaire 2013-586 du Conseil a autorisé une souplesse certaine relativement à cette obligation, nous avons demandé aux répondants ce qu'ils pensaient des modèles de réduction des frais de résiliation anticipée à montants variables.

TELUS, qui utilise un tel modèle d'affaires pour les services de la marque Koodo, se réfugie derrière l'avis du Conseil, qui a jugé que ces modèles d'amortissement sont avantageux pour les consommateurs.

Si certains répondants considèrent que les approches dans ce secteur sont par moment créatives, le fait de permettre une plus grande différenciation des fournisseurs peut être considéré comme un avantage pour les consommateurs. Cependant, le PIAC et la CIPPIC ont manifesté des préoccupations à l'égard de ces modèles d'amortissement.

***PIAC:** [...] a Wireless Code-compliant tab contract could be designed under the current rules, which would allow the consumer to leave the service provider without penalty or charge after 24 months. However, the CRTC should be vigilant, and the CCTS collect complaints on any Tab or other contractual arrangements that appear to hold the customer to higher fees at times where they should be able to change providers easily.*

***CIPPIC:** We agree that the practice of varying monthly amortization is inherently confusing unless it is clearly tied to a set parameter (\$100 reduced monthly by 'x% of your monthly bill' or \$100 reduced monthly by '\$x per month'). Without such clarity, it is difficult for customers to understand what obligations they are undertaking, as well as to compare competing offers provided on varying amortization bases. [...]*

*The report's identification of customer confusion arising from variable monthly amortization rates appears to be a question of application as the Code requires amortization to occur in equal monthly increments AND that services be provided in clear and transparent ways. It would seem that a clearer application of the Code to these situations would obligate providers to change the manner in which their amortization schemes are presented or structured.*

#### 4.4.6 L'épineuse question des hyperliens comme clause externe

Nous nous sommes enquis auprès de tous les répondants, afin d'avoir leur avis sur l'usage répandu des clauses externes auxquelles sont dirigées les consommateurs au moyen d'hyperliens au contrat. Nous leur avons demandé si cette méthode de transmission des renseignements comporte quelque forme d'avantages pour les consommateurs.

***TELUS:** By referencing to these external documents, providers are able to cover the most critical information while keeping the customer agreement concise. [...]*

*As a result, it also ensures the customer always has access to the most up to date information.*

***Tamara Shepherd:** I think the hyperlink solution is preferable to producing longer contracts.*

***CPVP:** ...depending on how this is implemented, there could be benefits for individuals.*

Le PIAC et Daniel Sokolov ont simplement répondu par la négative.

**SPIC** : À peu près aucun (avantage), surtout lorsque les hyperliens se trouvent dans un document papier. S'ajoute à la difficulté de repérage le problème que le fournisseur peut modifier les documents à sa guise, et effacer les versions antérieures.

**CIPPIC**: ...hyperlinks can be useful as a means of indicating for customers the location of resources (i.e. online content) or individuals who can provide them with more information about a particular practice or policy. However, this cannot act as a substitute for providing comprehensive and meaningful information in the primary document. It is that document, not the linked content, that will provide the basis for the customer's initial -- and most vital -- assessment of the service being offered. [...]

[R]elevant parameters of the agreement must be spelt out clearly, explicitly and comprehensively within the contract itself, while linked content should only be seen as a means of acquiring further (but non-binding) information.

Nous leur avons également demandé si ces renseignements font partie prenante du contrat. Les avis des répondants sont très variés. En effet, bien que le Conseil ait tenté de hiérarchiser l'importance de certains documents, une proportion importante de renseignements doit toujours faire partie de la copie permanente du contrat; mais il reste que le traitement à réserver aux renseignements jugés d'importance moindre est pour le moins opaque.

**TELUS** : Sections B.(1)(f-m) of the Wireless Code permit wireless service providers to use a reference in their contracts to show customers where they can get information on "other aspects" of their services contract. The CRTC correctly recognized that forcing wireless service providers to include these other aspects directly in a customer's service agreement would cause large and unwieldy service agreement documents, causing frustration of the customer.

**Tamara Shepherd**...if contracts are to be simplified, it makes sense that hyperlinks would be used to clarify certain points. Otherwise, contracts will be back to being overly long for the average consumer to digest.

Le PIAC n'est pas de cet avis.

**PIAC**: In our view the Wireless Code decision requires a single written (paper) or electronic copy that does NOT rely upon links to be understood. In other words, the electronic copy should be complete in one file, as it would be for a paper contract.

Le PIAC se réfère notamment au paragraphe 51 de la politique réglementaire 2013-271.<sup>146</sup>

Rappelons que le Code indique aussi à l'article B1 qu'une copie permanente du contrat, incluant ses documents connexes, doit être transmise au consommateur à la conclusion du

---

<sup>146</sup> «51. De nombreux consommateurs conservent des dossiers électroniques et font la plupart de leurs transactions en ligne. Dans leur cas, une copie électronique du contrat écrit et des documents connexes pourrait mieux leur convenir, du moment qu'il s'agit d'une version permanente, et non d'hyperliens menant vers des pages Web qui peuvent être modifiées par le FSSF. Le Conseil estime qu'une copie permanente peut être une copie imprimée ou une copie électronique, du moment que la copie électronique ne peut pas être modifiée et qu'elle peut être facilement lue par le client.» (Nos soulignés) *Op. cit.*, note 96. **CRTC**, *Politique réglementaire CRTC 2013-271*.

contrat (document connexe incluant, selon le Conseil, notamment les politiques en matière de vie privée et politique d'utilisation acceptable).

La CIPPIC est loquace sur les désavantages découlant de l'usage d'hyperliens au contrat :

**CIPPIC** : *Such information is not accessible at time of purchase. It is therefore not reviewable by customers at the time when they are seeking to assess the offer they are locking in to. Moreover, relevant content is often not directly linked, leaving it ambiguous what is being referenced and adding difficulties to any customers seeking to track down and read additional terms, conditions and information. Additionally, the use of hyperlinks allows providers to expand the amount of information included in a customer contract exponentially. While this may be appropriate for complex commercial agreements, it is unreasonable (as well as inefficient) to expect customers to track down and read exhaustive amounts of information prior to agreeing to a service contract. [...]*

*This is problematic because even those customers who track down and review linked content can never be certain they continue to operate under the conditions as described at the time this review occurred...*

Daniel Sokolov dénonce aussi, comme le SPIC et la CIPPIC, le fait que le site Web puisse être modifié en tout temps, augmentant le risque que l'information fasse l'objet de changements (ou soit déplacée) sans que le client soit adéquatement prévenu. Pour cette raison, l'information devrait être entreposée dans une base de données centrale, à l'épreuve des modifications.

Le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada est un peu plus nuancé sur le sujet, mais livre ses commentaires selon son champ d'expertise.

**CPVP** : *This would have to be reviewed on a case-by case basis. A number of factors may have to be considered, for example: How are individuals referred to the information? Are individuals able to acquire this information without unreasonable effort? Is the information available in a form that is generally understandable? [...]*

*"Guidelines for Online Consent" : The document specifically notes that "organizations should have a clear, descriptive and accessible privacy policy and, as circumstances warrant, dynamic privacy explanations, in the course of the user experience." [...]*

*Privacy policies should: i) have a full description of what information is collected, for what purposes it is used, and with whom it is shared and ii) be easily accessible, simple to read, and accurate.*

#### 4.4.7 Protection des consommateurs et services sans fil : quelques suggestions

Lorsque nous nous sommes enquis auprès des intervenants de quelle manière le Code pourrait être amélioré de façon à maximiser ses chances d'atteindre ses objectifs, et quelles devraient être les priorités du Conseil lors de la prochaine révision du Code, les membres de l'industrie ont été avares de commentaires sur les améliorations qui pourraient être apportées, à l'opposé des autres répondants.

***Mobilicity** appreciates the difficulties associated with changing decades' long business practices and consumer habits and behaviour. [...]*

*Restraints with respect to termination fees empowers consumers the freedom to switch carriers and thus should be the main focus of the next review.*

***TELUS:** It appears that the Wireless Code as written has already been implemented by all providers. There is no reason to change any of the provisions at this time. [...]*

*The CRTC should consider implementing a resource centre where questions can be asked to Commission staff with respect to the Wireless Code implementation and staff opinions could be issued regarding whether or not practices are consistent with the Code. Customers and service providers would be able to use the resource centre to determine whether certain marketing and business practices conform to the Wireless Code, and if further CRTC clarification of any Wireless Code provisions are necessary.*

La suggestion de la CIPPIC entre quelque peu en contradiction avec celle de TELUS : l'organisme semble en fait prêcher pour tout le contraire de ce que préconise l'entreprise, en demandant plus de transparence sur les instances du CPRST afin d'en permettre l'examen par les groupes de consommateurs, plutôt qu'un service de clarification sur demande. La CIPPIC énumère différentes suggestions : « Systemic issues such as enforcement measures, mechanisms for placing Code interpretations on the public record, a clear appeal path for CCTS Code disagreements to the CRTC, and a mechanism for public interest interveners to weigh in directly on Code interpretation disagreements at the CCTS level. »

***SPIC :** On a sans doute surtout besoin de préciser des éléments, à la lumière de l'inventaire des pratiques par lesquelles les fournisseurs s'efforcent le plus systématiquement de bénéficier des zones d'ombre. Il faudrait aussi renforcer la surveillance et la mise en œuvre, présentement en grande partie tributaires des plaintes que les consommateurs peuvent formuler. Mais encore faut-il qu'ils connaissent le Code et le CPRST [...]*

*Le Code n'encadre pas les clauses d'exclusion de responsabilité. Il devrait aussi rappeler que les clauses par lesquelles les fournisseurs veulent contrôler les contenus sont illégales. [...]*

*Autre problème, le Code mise notamment sur l'information, qui doit permettre au consommateur de faire des choix éclairés; mais les consommateurs ne lisent pas les contrats d'adhésion, et donc on utilise le mauvais outil. Les résumés des renseignements essentiels devraient aider, mais ils ne sont guère plus compréhensibles, et pas toujours fidèles au contenu du contrat.*

Catherine Middleton formule aussi une suggestion au sujet du résumé des renseignements essentiels :

**Dr. Middleton :** *...the requirement to provide critical information summaries only after a contract is signed reduces the potential value of these summaries. As my colleagues and I argued when the code was being developed, critical information summaries are more valuable when they can be used to compare providers' offerings before a contract is signed. The code has not made it easier to compare provider offerings.*

L'ambiguïté de certaines mesures au Code laisse la porte ouverte à une foule d'interprétations par l'industrie. Une clarification de ces mesures qui peuvent manquer de clarté pourrait assurer que le Code atteigne plus facilement ses objectifs, selon certains répondants. Prévoir des mesures minimales pour les obligations qui permettent une certaine flexibilité, notamment les frais de déverrouillage, la période d'essai et les services illimités, serait préférable dans le but notamment de clarifier ces exigences, selon Tamara Shepherd.

**Dr Shepherd :** Une comparaison internationale de services aiderait les futures révisions du Code sur les services sans fil et permettrait de voir comment le marché canadien pourrait être aligné davantage avec d'autres modèles globalement dans l'intérêt d'assurer une justice pour les consommateurs.

Le PIAC insiste aussi sur la nécessité de rendre le traitement du Code par le CPRST plus efficace. L'organisme invite d'abord l'industrie à collaborer davantage, afin de permettre au Code d'atteindre plus facilement ses objectifs

**PIAC:** *Wireless service providers could voluntarily consult with the CCTS on a new or existing business practice to ensure wireless code compliance. Moreover, providers could accept the rulings of the CCTS without resorting to making appeals to other bodies.*

Le PIAC suggère finalement un resserrement de certaines mesures, comme celle sur le déverrouillage, et suffisamment de ressources pour assurer son application...

**PIAC:** *Some provisions should be tightened, including unlocking. In addition, the CRTC should ensure sufficient resources exist to enforce the Code effectively. This means requiring carriers to properly fund CCTS.*

Et finalement, Daniel Sokolov suggère que l'information relative aux services soit réglementée autrement que par les obligations de divulgation au contrat.

**Sokolov:** *The focus on bureaucratic elements like even longer printouts of various pricing details for customers is misguided. Operators should be required to file their price plans and other contractual elements with the CRTC, where they are entered in a public database. Everybody could look it up there, even years later, when they can't find the printout they may have received once upon a time.*

## **5. Conclusion**

---

Finie l'ère où les utilisateurs de services sans fil qui rencontraient des problèmes étaient laissés à eux-mêmes. Les luttes en vue de rendre plus justes les relations contractuelles entre les consommateurs et les fournisseurs de services sans fil ont été nombreuses au cours des dernières années. Le travail, d'abord amorcé par les autorités législatives provinciales et continué, d'une certaine manière, par le CRTC, semble avoir porté fruit. Le nombre de plaintes reçues par certaines autorités de protection du consommateur, notamment au Québec, semble se stabiliser. Leur importance relative, par rapport aux autres secteurs de consommation à problème, est en baisse. Le CPRST a également enregistré sa toute première baisse du nombre de plaintes depuis sa création. Est-ce dû à l'entrée en vigueur du Code sur les services sans fil ? Il faudra sans doute suivre la situation dans les années à venir pour le confirmer.

Néanmoins, tout n'est pas réglé pour les utilisations de téléphones cellulaires. Les plaintes, même si leur nombre diminue, continuent d'être bien présentes et en hausse en matière de fausses représentations.

Le Code est en fait un nouvel ensemble complexe d'obligations, en vue d'encadrer les pratiques commerciales d'un service tout aussi compliqué, si l'on s'en fie aux documents contractuels que nous avons étudiés. Il est aussi le produit de consultations au cours desquelles les intérêts d'un grand nombre de parties se sont opposés, ce qui se reflète d'ailleurs dans certaines mesures du Code. En fait, si ce dernier met fin à certaines pratiques de commerce injustifiables, notamment l'imposition du paiement de trente jours additionnels aux clients qui souhaitent mettre fin à leur contrat, qu'il limite les frais de résiliation anticipée et la durée des contrats, ou qu'il réduit la prévalence des factures dans les quatre ou cinq chiffres occasionnées par l'usage d'Internet mobile, il n'en demeure pas moins que le marché peut être assaini encore davantage. Les mesures au Code qui laissent, pour leur application, une marge de manœuvre aux fournisseurs sont rarement appliquées d'une manière qui permette de servir le meilleur intérêt des consommateurs. Pensons notamment aux frais de déverrouillage qui sont toujours fixés à des tarifs prohibitifs, et aux périodes d'essai, qui nous semblent appliquées d'une manière bien cavalière par une partie de l'industrie.

Plusieurs des failles dans l'application du Code ne sont pas le reflet de mesures souples, mais plutôt les effets pervers de certaines ambiguïtés qui s'y sont glissées. Les contrats ne sont pas toujours aussi complets que ne le dicte le Code, et ils ne permettent pas nécessairement au consommateur de comprendre facilement les tarifs et les conditions applicables à l'ensemble de ses services. La situation nous a semblé pire encore pour le résumé des renseignements essentiels, dont la forme est extrêmement variée à travers le marché, selon les fournisseurs. Il peut être difficile de différencier ce résumé obligatoire du reste des documents contractuels et il arrive souvent qu'il ne réponde pas aux obligations de brièveté, de clarté, d'exhaustivité et d'exactitude qui devraient pourtant prévaloir. Sur le plan des documents connexes, la situation est carrément catastrophique : de nombreux fournisseurs réfèrent les consommateurs à des politiques d'utilisation acceptable et à des politiques relatives à la vie privée qui ne sont disponibles qu'en ligne, en résumant dans le contrat, au mieux, les grandes lignes, alors que le Code stipule plutôt que ces documents connexes devraient être remis en même temps que la copie permanente du contrat.

En somme, les résultats de notre étude ont laissé voir que la conformité au Code sur les services sans fil est loin d'être acquise. Pour y arriver, il faudra vraisemblablement déployer les ressources nécessaires pour mettre fin aux situations de non-conformité qui limitent l'efficacité du Code.

Il est cependant difficile de jeter tout le blâme sur l'industrie. Le Code, qui se voulait d'abord un ensemble de règles claires et faciles à comprendre pour les consommateurs, est par moments rédigé de manière si cryptique que même l'industrie ne semble pas s'y retrouver. Nous n'avons aucun doute que l'administration et l'application des règles prévues dans un document qui comporte autant d'éléments flous peut poser un sérieux défi pour le CPRST et le CRTC, d'autant que les décisions du Commissaire peuvent faire l'objet de contestation devant le Conseil, occasionnant des délais au règlement de certaines situations, ce qui, vraisemblablement, ne sert aucunement les intérêts des consommateurs. Comme l'ont rappelé de nombreux interlocuteurs, outre l'imposition des normes minimales raisonnables pour l'exercice par l'industrie de la flexibilité que permettent certaines mesures et la clarification des clauses floues ou ambiguës, les décisions du CPRST (et même davantage de renseignements sur le traitement des plaintes, même si le dossier est réglé avant que soit émise une décision) pourraient également être rendues publiques et diffusées de manière appropriée afin de permettre à différents intervenants d'avoir des renseignements détaillés sur les problèmes d'application du Code et apporter des recommandations pertinentes.

Malgré tous ces problèmes d'application, il reste néanmoins que la version actuelle du Code a déjà permis d'offrir de nouvelles mesures de protection et de nouveaux recours à tous les consommateurs canadiens, en offrant, en matière de services sans fil, un standard minimum permettant de protéger les consommateurs de toutes les provinces relativement à certaines questions contractuelles. Plusieurs mesures additionnelles, notamment la réduction de la durée des contrats, les obligations de déverrouillage, la période d'essai, les plafonds aux frais de résiliation anticipée et aux frais de données excédentaires, ont le potentiel d'assainir les pratiques commerciales, mais il est encore trop tôt pour évaluer pleinement leur impact sur les habitudes des consommateurs.

Alors : que doit-on conclure au sujet de ce fameux Code ? À qui la victoire ? Il n'y a malheureusement pas de réponse tranchée. Nul doute que de nombreuses mesures ont le potentiel d'accroître la mobilité des consommateurs. À chacune (ou presque), ses effets pervers : des critiques ont été formulées à l'égard du fait que de réduire la durée d'amortissement de l'appareil a entraîné une hausse des prix des abonnements (ce qui, selon les données à ce sujet, pourrait malheureusement être le cas pour les gammes de services moins chères). Bien que cette formule, à notre connaissance, n'existe pas actuellement sur le marché, la politique de clarification 2013-586 permettrait en théorie aux fournisseurs de maintenir les frais de résiliation artificiellement élevés jusqu'à la fin du contrat (plutôt que d'appliquer une diminution progressive égale). Les périodes d'essai ne sont pas toujours divulguées clairement et les limites imposées par les fournisseurs à l'exercice de ce droit, limites que le CRTC a laissé les entreprises libres de fixer à leur guise, sont très restrictives. Finalement, les éléments au contrat qui concernent le déverrouillage ne servent pas nécessairement les intérêts des consommateurs (payez cher le déverrouillage ou annulez votre garantie du fabricant !)

On le voit par la marge de manœuvre que le CRTC a laissée aux entreprises pour l'application de certaines mesures, on le voit aussi par certaines autres qui ne vont qu'à mi-chemin pour atteindre les objectifs avoués : les fournisseurs ont eux aussi marqué des points avec ce Code. Déjà, le simple fait que ce Code ne protège que les *clients*, et non les consommateurs, indique clairement que le CRTC n'entendait pas aller jusqu'au bout quand il laissait entendre que les consommateurs doivent être bien informés : comment donc le consommateur pourrait-il profiter des offres concurrentes si les seules obligations d'information claire, transparente et complète qu'impose le CRTC ne s'appliquent qu'une fois le contrat conclu ?

Bref... il pourrait bien s'agir, selon nous, d'un match nul : les consommateurs disposent de nouvelles mesures de protection, mais tout cela n'est pas aussi avantageux qu'on l'aurait souhaité, ou même qu'il l'aurait fallu, vu l'importance des services sans fil dans le monde d'aujourd'hui, le déséquilibre entre les fournisseurs et les consommateurs et le piètre état de la concurrence.

Le Conseil devra veiller à pallier le plus rapidement possible les problèmes de clarté du Code sur les services sans fil, et restreindre, dans une certaine mesure et sur certains aspects, la marge de manœuvre que le Code a laissée aux fournisseurs. En effet, une simple clause interprétative supposée donner victoire aux consommateurs ne suffit pas à assurer que les bénéfices escomptés se concrétisent. Les consommateurs profiteraient beaucoup plus d'un Code de conduite clair, le plus spécifique possible, et qui avantage d'emblée les consommateurs dans ses formulations et dans sa portée. Les politiques de suivi du Conseil semblent démontrer que ce dernier a conscience des retombées négatives qu'entraîne la confiance placée dans le seul jeu du libre jeu du marché pour assurer que ses mesures seront appliquées dans le meilleur intérêt des consommateurs. Espérons que la prochaine ronde de consultation entraînera une victoire éclatante et sans équivoque pour les consommateurs.

## 6. Recommandations

---

À la lumière des principaux résultats de notre recherche terrain, voici un ensemble de constatations et de recommandations en vue d'amorcer la discussion sur les manières d'améliorer l'efficacité du Code sur les services sans fil.

- Attendu l'importance du Code sur les services sans fil pour l'ensemble des consommateurs du pays et des membres de l'industrie ;
- Attendu qu'une révision du Code est prévue tous les trois ans ;
- Attendu que le Code semble déjà avoir apporté un ensemble de bénéfices, notamment en ce qui a trait à la mobilité des usagers, grâce à la réduction de la durée des contrats et les nombreuses règles applicables à la résiliation anticipée par le client ;
- Attendu que les plaintes dans ce secteur semblent être en train de se stabiliser, ce qui pourrait indiquer que le marché s'assainit;
- Attendu que notre étude terrain a relevé certaines pratiques de commerces qui pourraient ne pas être conforme au Code, et notamment aux exigences de clarté qui s'appliquent à tous les documents contractuels et plus spécifiquement à certains renseignements ;
- Attendu que plusieurs des renseignements qui devraient être dévoilés au contrat ne sont rendus accessibles au consommateur que par voie d'hyperliens ;
- Attendu que, malgré les suivis du Conseil, l'industrie tarde à rectifier le tir ;
- Attendu que certaines données terrains recueillies au fil de notre enquête soulèvent des doutes quant à l'exactitude des rapports de conformité transmis au Conseil par l'industrie;
- Attendu que ces problèmes de conformité empêchent le Code d'atteindre adéquatement tous ses objectifs ;

### **Union des consommateurs recommande au CRTC**

1. D'utiliser tous les moyens à sa disposition, enquêtes terrains pancanadiennes ou autre, en vue d'identifier les cas de non-conformité de l'industrie autrement que par les déclarations de conformité des fournisseurs eux-mêmes ;
2. De prendre tous les moyens dont il dispose, incluant son pouvoir d'ordonnance et d'amendes, pour faire cesser les cas de non-conformité au Code et pour réprimer les déclarations complaisantes des fournisseurs quant à leur conformité.

- Attendu que certaines ambiguïtés ou manques de spécificité dans la rédaction empêchent le Code d'atteindre tous ses objectifs;
- Attendu que notre enquête sur les contrats des FSSF nous a révélé des terminologies boiteuses et des explications vagues ou incomplètes, notamment sur les questions de frais de résiliation anticipée et d'autres frais applicables aux services ;
- Attendu que l'industrie continue d'utiliser des documents trop longs et des tailles de caractères trop petites;
- Attendu que le Code n'impose aucune obligation d'information claire en ce qui a trait aux tarifs des frais d'utilisation supplémentaires ;
- Attendu que la simple obligation de description des documents connexes et sa mise en œuvre par les fournisseurs entraînent un flou important sur certains renseignements qui devraient apparaître à la copie permanente du contrat ;

- Attendu que les obligations sur la clarté au Code sur les services sans fil n'ont pas amené des résultats optimaux;
- Attendu que la marge de manœuvre laissée aux fournisseurs pour l'application de certaines dispositions du Code est souvent utilisée pour imposer au consommateur des conditions prohibitives ou excessivement et inutilement restrictives ;
- Attendu que certains fournisseurs s'autorisent de ces marges de manœuvre pour imposer au consommateur des conditions additionnelles que ne permet pas le Code ;
- Attendu que ces conditions abusives ont pour effet de restreindre la possibilité pour les consommateurs de bénéficier pleinement des avantages que devait leur procurer le Code ;
- Attendu que certaines mises en œuvre par les fournisseurs des obligations du Code semblent ignorer les politiques réglementaires du Conseil ;

#### **Union des consommateurs recommande au CRTC**

3. De clarifier le Code pour éliminer les sources d'ambiguïté et pour limiter la marge de manœuvre de l'industrie dans son application;
4. De définir plus précisément la notion de clarté prévue au Code et, lorsque des exigences de clarté sont rattachées à des obligations, définir ce qui constitue une divulgation claire et lisible, notamment :
  - Interdire les contrats qui stipulent des clauses qui s'appliquent à un ensemble de services qui ne correspond pas à ceux choisis par le consommateur ;
  - Interdire l'utilisation d'abréviations incompréhensibles ;
  - Réglementer la taille des polices de caractère (établir un seuil minimum) en vue de maximiser la lisibilité des clauses;
  - Établir des lignes directrices sur l'usage de clauses externes dans les contrats de services sans fil ;
5. De préciser au Code les frais supplémentaires qui doivent se trouver au contrat et imposer d'indiquer au contrat le montant de ces frais: notamment y prévoir la publication des frais d'utilisation supplémentaire qui devraient être mis en évidence près des limites d'usage au service ;
6. D'interdire formellement aux fournisseurs d'ajouter, relativement aux droits qui sont octroyés aux consommateurs, des conditions qui ne sont pas prévues au Code.

- Attendu que le Code permet aux fournisseurs d'imposer certaines limites aux services dits « illimités » ;
- Attendu que les seules limites permises sont celles qui se retrouvent à la politique d'utilisation équitable des fournisseurs ;
- Attendu les limites de vitesse outrageusement basses qui sont parfois imposées dans le cadre de politiques d'utilisation acceptable après l'atteinte d'un certain volume d'utilisation mensuelle;
- Attendu l'existence de problèmes de clarté patents dans les pratiques de gestion du trafic Internet déclarées par les fournisseurs ;
- Attendu que certaines pratiques de gestion, quoique prévues aux politiques d'utilisation équitable, semblent ne pas respecter la politique réglementaire du CRTC sur les PGTI ;

**Union des consommateurs recommande au CRTC d'imposer de nouvelles exigences relativement aux à l'application des politiques d'utilisation équitable, notamment :**

7. Assurer que toutes limites d'usage, qu'elles soient susceptibles d'entraîner ou non des frais d'utilisation supplémentaire, fassent l'objet d'une divulgation claire et complète à la copie permanente du contrat ;
8. Actualiser le cadre réglementaire sur les PGTI afin d'assurer une information claire sur les pratiques de gestion du réseau, et s'assurer que les limitations de volume et de vitesse que le Code permet d'imposer ne sont pas excessives ;
9. Vérifier la conformité de l'ensemble de l'industrie à la politique réglementaire sur les PGTI.

- Attendu que le Conseil a insisté dans sa politique réglementaire sur l'utilité du « résumé des renseignements essentiels » en vue de clarifier l'information transmise aux consommateurs au sujet des services ;
- Attendu que certains des résumés qu'il nous a été donné d'étudier présentaient une information particulièrement aride ;
- Attendu que les résumés des renseignements essentiels peuvent ne pas être mis en évidence, faciles à distinguer à l'intérieur de contrats ou facile à distinguer du reste du document;
- Attendu que ces résumés des renseignements essentiels constitueraient un outil de choix pour permettre au consommateur de comparer et de choisir ses services et son fournisseur de façon éclairée, comme le préconise le Code ;
- Attendu que l'utilité de ces résumés est grandement réduite du fait qu'ils sont transmis seulement après la conclusion du contrat ;
- Attendu que la plupart des résumés des renseignements essentiels étudiés dans le cadre de notre enquête n'étaient pas parfaitement exhaustifs ;

**Union des consommateurs recommande au CRTC**

10. D'imposer aux fournisseurs de remettre aux consommateurs avant la conclusion du contrat un résumé des renseignements essentiels se rapportant au contrat envisagé;
11. D'élaborer un modèle pour le résumé des renseignements essentiels, précisant notamment les définitions de frais mensuels totaux, frais supplémentaires, les normes de longueur, de présentation des résumés, les exigences en matière de polices de caractère, etc., et d'imposer son utilisation.

- Attendu que l'information au contrat au sujet des avis d'itinérance internationale, et des limites sur les frais excédentaires de données est souvent/généralement absente ou qu'elle n'est pas claire ;
- Attendu que certains fournisseurs offrent des renseignements très flous sur le destinataire des avis, lorsque les forfaits (de données) sont partagés ;
- Attendu que certains fournisseurs contournent l'obligation de «consentement explicite» aux frais supplémentaires qui dépassent les plafonds en incitant les clients à renoncer à l'avance au plafond au moyen d'une clause à parapher incluse dans leur contrat d'adhésion;

**Union des consommateurs recommande au CRTC**

12. D'imposer aux fournisseurs d'obtenir le consentement explicite « à la pièce » avant d'imposer davantage de frais supplémentaires, et de ne désactiver les plafonds et les avis qu'à la demande expresse du consommateur;
13. D'examiner les impacts sur les consommateurs de l'imposition de plafonds de données conjoints, en récoltant notamment auprès du CPRST les plaintes reçues à ce sujet.

- Attendu que les frais pour le déverrouillage des appareils sont généralement exagérément élevés ;
- Attendu que certains fournisseurs imposent des frais de déverrouillage trois fois plus élevés aux clients auxquels est exigé un dépôt;
- Attendu que certains fournisseurs imposent aux consommateurs, pour le déverrouillage des appareils, des conditions supplémentaires qui ne sont pas prévues au Code;
- Attendu que la formulation de l'obligation de déverrouillage au Code a pour effet de ne lier ni l'ancien (parce que le consommateur n'est plus client) ni le nouveau fournisseur (parce que ce n'est pas lui qui a vendu l'appareil) ;
- Attendu que le verrouillage des appareils est injustifié dès qu'il devient la propriété du consommateur ;

**Union des consommateurs recommande au CRTC**

14. D'interdire le verrouillage des appareils qui sont la propriété des consommateurs;
15. Subsidairement :
  - de plafonner le montant maximum exigible pour le déverrouillage,
  - d'obliger les fournisseurs à offrir le déverrouillage, même lorsque le service du consommateur est résilié,
16. D'interdire l'imposition par le fournisseur en matière de déverrouillage de conditions qui n'apparaîtraient pas au Code, notamment celle qui serait en lien avec le dossier de crédit ou un montant en souffrance.

- Attendu que l'un des principaux moyens pris par le CRTC pour améliorer la mobilité des consommateurs et stimuler la concurrence a été d'inclure au Code un encadrement des frais de résiliation anticipée et des obligations à ce sujet par les fournisseurs ;
- Attendu que les renseignements au sujet de l'amortissement des frais de résiliation anticipée sont rarement présentés clairement, et que les directives, politique de clarification, et requête du Conseil n'ont pas permis de rendre parfaitement limpide toute l'information relative aux frais de résiliation dans les contrats;
- Attendu que les pratiques de «frais de déclassement de l'appareil», et l'accumulation de soldes positifs non remboursables constituent des barrières à la mobilité pour les consommateurs;

**Union des consommateurs recommande au CRTC**

17. De clarifier les renseignements que doivent fournir les FSSF aux consommateurs relativement à la réduction des frais de résiliation anticipée, en fonction des différents modèles autorisés sur le marché ;

**Union des consommateurs recommande au CRTC et aux législateurs provinciaux**

18. D'enquêter sur les impacts négatifs que pourraient avoir sur les consommateurs les frais de déclassement des appareils et l'accumulation de solde positif.

- Attendu que la « période d'essai » que le CRTC a imposé aux fournisseurs de proposer aux consommateurs avait pour but d'aider les consommateurs à faire des choix éclairés avant de s'engager dans un contrat, et de stimule l'innovation et la concurrence chez les fournisseurs ;
- Attendu que le droit à la période d'essai est mal (ou pas du tout) publicisé par plusieurs fournisseurs ;
- Attendu que l'information sur ce droit à la résiliation sans frais à l'intérieur d'un délai de 15 jours est régulièrement cachée dans des sections peu visibles du contrat ;
- Attendu que les fournisseurs imposent, dans le cadre des périodes d'essai, des limites d'usage extrêmement restrictives et qui ne sont pas proportionnelles à l'usage raisonnable qu'un consommateur pourrait vouloir faire du service visé;
- Attendu que le droit à la période d'essai est rarement à coût nul, malgré les prescriptions du Code;

**Union des consommateurs recommande au CRTC**

19. De définir et plafonner les «limites raisonnables» autorisées à la période d'essai à un seuil qui corresponde à l'usage normal du forfait auquel s'abonnerait le client ;

20. D'interdire l'imposition de quelques frais lors de la résiliation par le consommateur dans le cadre de la période d'essai;

21. D'assurer que les renseignements sur la période d'essai soient dévoilés clairement aux consommateurs et inclus au résumé des renseignements essentiels;

22. D'interdire aux fournisseurs l'imposition aux consommateurs qui voudraient se prévaloir de ce droit de toute condition additionnelle à celles qui se retrouvent au Code.

- Attendu que le CRTC a confié au CPRST le mandat d'administrer les plaintes en lien avec le Code sur les services sans fil ;
- Attendu que, lors du traitement des plaintes, le CPRST doit interpréter le Code sur les services sans fil et les contrats et trancher les ambiguïtés à l'avantage des consommateurs ;
- Attendu que les décisions du CPRST ne font pas l'objet de publication systématique ;
- Attendu que le CPRST est conçu pour être un organisme neutre de traitement des différends entre les consommateurs et les fournisseurs ;
- Attendu que le CPRST jouera un rôle déterminant en vue de surveiller les pratiques de commerces des fournisseurs de services ;

**UC recommande au CRTC**

23. D'assurer que le Commissaire dispose de suffisamment de ressource et de pouvoir pour exécuter son mandat ;
24. Que l'ensemble des décisions et des recommandations du CPRST au Conseil (en lien avec les problèmes systémiques) soit rendu public.

## Médiagraphie

---

**ANTLE, Rob.** *N.L. law targets cell, internet and cable contracts*, CBC News, CBC, Montréal, Québec, Canada, 19 février 2013. <http://www.cbc.ca/news/canada/newfoundland-labrador/n-l-law-targets-cell-internet-and-cable-contracts-1.1319526>

**AUGER, Samuel.** *L'industrie du cellulaire: mutation et prix à la hausse*, Le Soleil, Québec, Canada, 5 octobre 2013. <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/consommation/2013/10/05/01-4696773-lindustrie-du-cellulaire-mutation-et-prix-a-la-hausse.php>

**BUREAU DE LA CONCURRENCE.** *Submission by the Commissioner of Competition*, BC Ottawa, Ontario, Canada, 6 février 2013. <http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/03531.html>

**CBC NEWS**, CBC, Montréal, Québec, Canada,

- *Canadian wireless costs among highest in world, PC Mag finds*, 22 septembre 2014. <http://www.cbc.ca/news/business/canadian-wireless-costs-among-highest-in-world-pc-mag-finds-1.2774553>
- *Wireless carriers hike prices across Canada*, 17 mars 2014. <http://www.cbc.ca/news/business/wireless-carriers-hike-prices-across-canada-1.2575886>

**CHAMONTIN, Benoit.** *Forfaits mobiles au Canada : toujours dans la moyenne supérieure à l'international*, GEEKS and COM, Montréal, Québec, Canada, 15 juillet 2014. <http://www.geeksandcom.com/2014/07/15/forfaits-mobiles-canada-dans-moyenne-superieure-a-l-international>

### **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS.** CPRST, Ottawa, Ontario, Canada

- *Moteur de changement positif : Rapport annuel 2013-2014*, 52 pages. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2013-2014/CPRST-Rapport-Annuel-2013-2014.pdf>
- *Lorsque vous avez besoin d'aide: Rapport annuel 2012-2013*, 52 pages. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2012-2013/CPRST-Rapport-Annuel-2012-2013.pdf>
- *Rapport Semestriel, 1<sup>er</sup> août, 2014 – 31 janvier 2015*, 4 pages. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2014-2015/CPRST-Rapport-Semestriel-2014-2015.pdf>

### **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES.** CRTC, Ottawa, Ontario, Canada

- *Avis de consultation de télécom CRTC 2012-206 - Instance pour déterminer si les conditions dans le marché canadien du sans-fil ont suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil à l'égard des services sans fil de détail*. 4 avril 2012. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-206.htm>
- *Décision de télécom 2012-556 : Décision sur l'instance visant à déterminer si les conditions dans le marché du sans-fil mobile ont suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil à l'égard des services sans fil mobiles*, 11 octobre 2012. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-556.htm>

## CRTC (suite)

- *Décision de télécom CRTC 2007-130*, 20 décembre 2007.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2007/dt2007-130.htm>
- *Décision de télécom CRTC 2010-445 – Modifications apportées au cadre d'abstention concernant les services de données mobiles sans fil*, 30 juin 2010.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2010/2010-445.htm>
- *Décision de télécom CRTC 2012-556 - Décision sur l'instance visant à déterminer si les conditions dans le marché du sans-fil mobile ont suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil à l'égard des services sans fil mobiles*, 11 octobre 2012.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-556.htm>
- *Décision de télécom CRTC 2014-398 : Itinérance des services sans fil mobiles de gros au Canada – Situation de discrimination injuste ou de préférence induite*, 31 juillet 2014.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/2014-398.htm>
- *Le code sur les services sans fil aidera les Canadiens à faire des choix éclairés et contribuera à l'établissement d'un marché dynamique*, Communiqué, le 3 juin 2013.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/com100/2013/r130603.htm>
- *Le code sur les services sans fil du CRTC entre en vigueur : Les Canadiens peuvent annuler leur contrat sans pénalité après deux ans*, Communiqué, 2 décembre 2013.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/com100/2013/r131202.htm>
- *Lettre - Re: Implémentation du Code sur les services sans fil – Rapports de conformité*, 6 juin 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lt140606d.htm>
- *Lettre - Re: Implémentation du Code sur les services sans fil – Rapports de conformité*, 22 mai 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lt140522k.htm>
- *Lettre - Re: Wireless Code Implementation – Compliance Reports*, 22 mai 2014.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lt140522j.htm>
- *Online Consultation: Help Develop a Wireless Code – Phase 1 Comments*, 4 décembre 2012. <http://www.crtc.gc.ca/telecom/eng/hearings/2012/2012-206oc1.htm>
- *Politique réglementaire 2011-291 : obligation de servir et autres questions*, 3 mai 2011.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2011/2011-291.htm>
- *Politique réglementaire de télécom CRTC 2009-657 - Examen des pratiques de gestion du trafic Internet des fournisseurs de services Internet*, par. 60.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2009/2009-657.htm>
- *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271- Le Code sur les services sans fil*. Canada, 3 juin 2013. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-271.htm>
- *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-586 - Demandes de clarification relatives à l'application du Code sur les services sans fil aux contrats de type « balance »*, 31 octobre 2013. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-586.htm>
- *Rapport de surveillance des communications 2014*, octobre 2014, 326 pages.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2014/cmr.pdf>
- *Télécom Lettre du Conseil adressée à Robert Hersche (Saskatchewan Telecommunications)*, 18 août 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lt140814c.htm>
- *Transcription, Audience du 13 février 2013. Instance dans le but d'établir un code sur les services sans fil pour les consommateurs*, 14 février 2013.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/transcripts/2013/tt0213.html>

**COTTENDIN, Thomas.** *Télécoms: le code du sans fil du CRTC passera en Cour d'appel*, Les Affaires, Montréal, Québec, Canada, 4 octobre 2013. <http://www.lesaffaires.com/secteurs-d-activite/medias-et-telecommunications/telecoms-le-code-du-sans-fil-du-crtc-passera-en-cour-d-appel/562160>

**DESJARDINS, François.** *Téléphonie sans fil - Le CRTC sonne le glas des contrats de trois ans*, Le Devoir, Montréal, Québec, Canada, 4 juin 2013. <http://www.ledevoir.com/economie/actualites-economiques/379787/le-crtc-sonne-le-glas-des-contrats-de-trois-ans>

**DOBBY, Christine.** Financial Post, Toronto, Ontario, Canada

- *Ontario plans new law to make cellphone contracts more consumer friendly*, 25 avril 2013. [http://business.financialpost.com/2013/04/25/ontario-plans-new-law-to-make-cellphone-contracts-more-consumer-friendly/?\\_lsa=362f-c1f3](http://business.financialpost.com/2013/04/25/ontario-plans-new-law-to-make-cellphone-contracts-more-consumer-friendly/?_lsa=362f-c1f3)
- *Rogers blames hockey, CRTC as profit falls*, 20 avril 2015. <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/rogers-profits-drop-17-per-cent-in-first-quarter/article24036854/>
- *Cellphone carriers lose court challenge over CRTC wireless code*, 19 mai 2015. <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/wireless-carriers-lose-legal-challenge-of-new-wireless-code/article24501657/>

**FIDO.** *Modalités de service Fido*. Fido.ca, Montréal, Québec, Canada, sans date. [http://www.fido.ca/web/content/terms/acceptable\\_use\\_policy?lang=fr](http://www.fido.ca/web/content/terms/acceptable_use_policy?lang=fr)

**GEIST, Michael.** *OECD Report Confirms What Canadians Have Long Suspected: Wireless Pricing Among Highest in the World*, Blog de Michael Geist, Université d'Ottawa, Ottawa, Ontario, Canada, 15 juillet 2013. <http://www.michaelgeist.ca/2013/07/oecd-on-wireless-pricing/>

**GOVERNEMENT DU Canada.** *Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication*, DORS/2006-355. <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2006-355/page-1.html>

**GOVERNEMENT DU CANADA.** *Le CRTC favorise la concurrence viable, l'innovation et l'investissement dans le marché des services sans fil*. Communiqué de presse, Ottawa-Gatineau, Ontario, Canada, 5 mai 2015. <http://nouvelles.gc.ca/web/article-fr.do?nid=970879>

**GRUPE D'ÉTUDE SUR LE CADRE RÉGLEMENTAIRE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS (GECRT) - Rapport final**, Industrie Canada, Ottawa, Ontario, Canada, mars 2006. [https://www.ic.gc.ca/eic/site/smt-gst.nsf/vwapi/tprp-final-report-2006-fra.pdf/\\$FILE/tprp-final-report-2006-fra.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/smt-gst.nsf/vwapi/tprp-final-report-2006-fra.pdf/$FILE/tprp-final-report-2006-fra.pdf)  
<http://argent.canoe.ca/nouvelles/canada/bce-diminue-ses-profits-de-35-7112013>

**LAROCQUE, Sylvain.** *Les consommateurs québécois seront mieux protégés*, La Presse, Montréal, Québec, Canada, 29 juin 2010. <http://affaires.lapresse.ca/economie/quebec/201006/29/01-4294253-les-consommateurs-quebecois-seront-mieux-protectes.php>

**MOBILITY.** *Mobilicity supports Ontario Bill 5 and wireless consumer protection laws*, Communiqué de presse, site de CNW-Telbec, Montréal, Québec, Canada, 29 novembre 2011. <http://www.newswire.ca/en/story/886361/mobilicity-supports-ontario-bill-5-and-wireless-consumer-protection-laws>

**MUNGER, Michel.** *L'achat d'Astral et le code de sans-fil plombent Bell*, Argent, Groupe Quebecor, Montréal, Québec, Canada, 7 novembre 2013.

**NG Gary.** *site iPhoneinCanada.ca*, Canada,

- *Bell's Unlocking Policy Changes, Now \$50 for your iPhone [DETAILS]*, 18 septembre 2013. <http://www.iphoneincanada.ca/carriers/bell/bell-unlocking-policy-50-iphone/>
- *New Rogers Cellphone Unlocking Policy Starts March 28 th*, 5 mars 2013. <http://www.iphoneincanada.ca/carriers/rogers/new-rogers-cellphone-unlocking-policy-starts-march-28th/>
- *TELUS Unlocking Fee Drops to \$35 for the iPhone and Other Devices*, 15 octobre 2012, <http://www.iphoneincanada.ca/carriers/telus/telus-unlocking-fee-drops-to-35-for-the-iphone-and-other-devices/>

**NOWAK, Peter.** *New wireless code could hike smartphone price*, CBC News, CBC, Montréal, Québec, Canada, 4 juin 2013 <http://www.cbc.ca/news/technology/new-wireless-code-could-hike-smartphone-price-1.1373880>

**OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR.** *Rapport annuel de gestion 2013-2014*. OPC, Québec, Québec, Canada, 128 pages. <http://www.opc.gouv.qc.ca/fileadmin/media/documents/a-propos/publication/RapportAnnel2013-2014.pdf>

**ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES.** *Working Party On Communication Infrastructures And Services Policy : International Mobile Data Roaming*, OCDE, Paris, France, 30 mai 2011, 35 pages. <http://www.oecd.org/internet/broadband/48127892.pdf>

**PERRON, Stéphanie.** *Fini les frais abusifs dans les télécommunications*, Protégez-vous, Montréal, Québec, Canada, 17 juin 2010. <http://www.protegez-vous.ca/affaires-et-societe/reformelpc.html>

**PROTÉGEZ-VOUS.** *Plaintes en télécoms : la guerre des nerfs*, Éditions Protégez-vous, Montréal, Québec, Canada, 14 décembre 2011. <http://www.protegez-vous.org/org/medias/communiquer-janvier-2012.html>

**ROGERS.** *Part 1 Application by Rogers Communications Partnership to implement a National Wireless Services Consumer Protection Code*. Document disponible sur le site du CRTC : [http://www.crtc.gc.ca/public/part1/2012/8620/r28\\_201202598/1683667.pdf](http://www.crtc.gc.ca/public/part1/2012/8620/r28_201202598/1683667.pdf)

**STATISTIQUES CANADA.** *Enquête sur le service téléphonique résidentiel*, Statistique Canada Ottawa, Ontario, Canada, 2013. <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/140623/dq140623a-fra.htm>

**TRIBE, Laure.** *New report shows Canada's wireless rates are (still) among the worst in the world*, rabble.ca, Toronto, Ontario, Canada, 18 juin 2015,  
<http://rabble.ca/blogs/bloggers/openmediaca/2015/06/new-report-shows-canada%E2%80%99s-wireless-rates-are-still-among-worst-wo>

**WALL COMMUNICATIONS INC.** *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger*, Ottawa, Ontario, Canada, 31 mars 2014, 96 pages.  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp140714.pdf>

**WORTHAM, Jenna.** *Cellphones Now Used More for Data Than for Calls*, New York Times, New York, États-Unis, 13 mai 2010.  
[http://www.nytimes.com/2010/05/14/technology/personaltech/14talk.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2010/05/14/technology/personaltech/14talk.html?_r=0)

## **ANNEXE 1 : Questionnaires transmis aux participants**

---

a) Questionnaire destiné aux fournisseurs, version française



**QUESTIONNAIRE**  
**Les effets du Code sur les services sans fil<sup>1</sup>**

**Le code sur les ssf a notamment pour objectifs de...**

«...permettre aux particuliers (...) d'obtenir plus facilement des renseignements sur leurs contrats avec les fournisseurs de services sans fil et sur leurs droits et obligations connexes; d'établir des normes relatives à la conduite de l'industrie; de favoriser l'établissement d'un marché plus dynamique.»

**Par ailleurs, les exigences du Code visent à :**

«(i) s'assurer que les consommateurs reçoivent l'information nécessaire pour prendre des décisions éclairées quant (à leur service) ;  
(ii) (faire) en sorte que les consommateurs puissent plus facilement profiter d'offres concurrentielles.»

**L'annexe 1 du code prévoit en outre que :**

«Si une partie du Code ou du contrat du client est ambiguë, ou si l'application des modalités du Code ou du contrat n'est pas claire, le Code et le contrat doivent être interprétés en faveur du client.»

1. De quelle manière assurez-vous que vos contrats informent correctement les consommateurs de leurs droits et obligations?

2. À votre avis, les consommateurs peuvent-ils profiter plus facilement des offres sur le marché qu'ils ne le pouvaient avant l'entrée en vigueur du Code?

Oui                  Non                  Ne sait pas  
                                           

Pourquoi:

À la lumière des faits saillants de notre enquête, qui mentionnent notamment certaines pratiques particulières relativement aux périodes d'essai, au déverrouillage des appareils ou à la renonciation aux plafonds de frais de données excédentaires ...

3. Les pratiques commerciales des fournisseurs permettent-elles au Code d'atteindre ses objectifs?

Oui                  Non                  Ne sait pas  
                                           

Pourquoi:

<sup>1</sup> Nous vous invitons à consulter le «sommaire des faits saillants», ci-joint, pour plus de détails sur notre analyse.

*La force d'un réseau*

**Nos membres associatifs**

ACEF APPALACHES – BEAUCE – ÉTICHÉMIN    ACEF DU GRAND-PORTAGE    ACEF LANAUDIÈRE  
ACEF DE L'EST DE MONTRÉAL    ACEF DU NORD DE MONTRÉAL    ACEF MONTRÉALIE-EST  
ACEF DE L'ÎLE-JÉSUS    ACEF ESTRIE    ACEF RIVE-SUD DE QUÉBEC  
ACDC

6226, rue Saint-Hubert, Montréal (Québec) Canada H2S 2M2

T : 514 521 6820 | Sans frais : 1 888 521 6820 | F : 514 521 0736

info@uniondesconsommateurs.ca | www.uniondesconsommateurs.ca

4. Comment pourrait-on faciliter l'atteinte des objectifs du Code? Devrait-on simplifier certaines exigences ou, au contraire, en préciser ou ajouter certaines?
5. À votre avis, quelles sont les principales réussites du Code?
6. À votre avis, quelles sont les principales ratées du Code?
7. Quelles devraient être les priorités du CRTC lors de la révision du Code?

*Dans la politique réglementaire du CRTC 2013-586, une certaine souplesse a été permise par le Conseil, en ce qui a trait à la réduction mensuelle des frais de résiliation anticipée. Le Conseil a estimé que l'amortissement mensuel peut être inférieur ou supérieur au montant équivalent à une réduction linéaire des frais de résiliation anticipée, dans la mesure où ces frais égalent 0 \$ après 24 mois.*

8. La méthode de réduction mensuelle des frais de résiliation anticipée de vos clients est-elle linéaire, ou souple?  
 Réduction linéaire  
 Réduction souple  
 Réduction linéaire et souple
9. Pouvez-vous nous expliquer en détail de quelle façon vous réduisez chaque mois les frais de résiliation anticipée de vos clients?
10. Pourquoi cette méthode a-t-elle été choisie?
11. Est-ce que les différentes méthodes de réduction des frais de résiliation peuvent être considérées comme découlant d'une interprétation et d'une application du Code qui avantagent le consommateur?

*La force d'un réseau*

*La majorité des contrats que nous avons étudiés font un usage massif d'hyperliens pour référer les consommateurs à des renseignements additionnels.*

12. Selon vous, les renseignements qui sont offerts aux consommateurs sur un site Internet auquel réfère ou dirige le contrat font-ils partie intégrante du contrat?

Oui                  Non  
                     

Pourquoi :

13. Selon vous, cette façon de communiquer des renseignements au consommateur présente-t-elle pour lui quelque avantage?
14. Comment portez-vous expressément à la connaissance du consommateur, lors de la conclusion du contrat, le contenu de ces documents externes auxquels fait référence le contrat?
15. Avez-vous des commentaires à formuler sur les résultats préliminaires de notre étude terrain?

Nous vous remercions de votre collaboration  
et vous invitons à retourner le questionnaire complété d'ici le **28 avril 2015** à :

**Sophy Lambert-Racine**  
C : [SLambert-Racine@uniondesconsommateurs.ca](mailto:SLambert-Racine@uniondesconsommateurs.ca)

*La force d'un réseau*

b) Questionnaire destiné aux fournisseurs, version anglaise



QUESTIONNAIRE  
The Effects of the Wireless Code<sup>1</sup>

**The Wireless Code's main objectives are to...**

*"...make it easier for individual and small business consumers to get information about their contracts with wireless service providers and about their associated rights and responsibilities, establish standards for industry behaviour, and contribute to a more dynamic marketplace."*

**The purpose of the Code's requirements is to:**

*"(i) ensure that consumers are empowered to make informed decisions about wireless services; and  
(ii) contribute to a more dynamic marketplace by making it easier for consumers to take advantage of competitive offers."*

**Appendix 1 of the Code also provides that:**

*"If any part of the Code or the customer's contract is ambiguous, or if it is unclear how the terms of the Code or the contract are to be applied, then the Code and the contract must be interpreted in a manner that is favourable to the customer."*

1. How do you ensure that your contracts correctly inform consumers of their rights and obligations?

2. Do you think consumers can benefit more easily from offers on the market than they could before the Code took effect?

Yes                  No                  Don't know  
                                   

Why:

In light of the key findings of our research, which mentions certain specific practices regarding trial period, unlocking and surcharge caps...

3. Do the service providers' business practices allow the Code to achieve its objectives?

Yes                  No                  Don't know  
                                   

Why:

<sup>1</sup> We invite you to consult the attached "Summary of Our Analysis" for more details.

La force d'un réseau

Nos membres associatifs

ACEF APPALACHES - BEAUCE - ETCHÉMINIS      ACEF DU GRAND-PORTAGE      ACEF LANAUDIÈRE  
ACEF DE L'EST DE MONTRÉAL      ACEF DU NORD DE MONTRÉAL      ACEF MONTRÉAL-EST  
ACEF DE L'ÎLE-JÉSUS      ACEF ESTRIE      ACEF RIVE-SUD DE QUÉBEC  
ACDC

6226, rue Saint-Hubert, Montréal (Québec) Canada H2S 2M2

T : 514 521 6820 | Sans frais : 1 888 521 6820 | F : 514 521 0736

info@uniondesconsommateurs.ca | www.uniondesconsommateurs.ca

4. How could it be made easier to meet the Code's objectives? Should certain requirements be simplified, or rather should some be made more specific or others added?
5. In your view, what are the Code's main successes?
6. In your view, what are the Code's main failures?
7. What should the CRTC's priorities be when the Code is reviewed?

*Under regulatory policy CRTC 2013-586, the CRTC has allowed a certain flexibility in the monthly reduction of early cancellation fees. The CRTC has stipulated that each monthly cancellation fee reduction may be less or more than the amount of the monthly reduction based on a straight line amortization, as long as those fees equal \$0 after 24 months.*

8. Is the reduction of your customers' early cancellation fees based on a straight line or a flexible method?
  - Straight line method
  - Flexible method
  - Straight line and flexible methods
9. Can you explain in detail how you reduce your customers' early cancellation fees each month?
10. Why was this method chosen?
11. Can the different methods of reducing early cancellation fees be considered as resulting from an interpretation and application of the Code to the advantage of customers?

*La force d'un réseau*

*The majority of the contracts we studied use hyperlinks profusely in referring consumers to additional information.*

12. In your view, is consumer information provided on a website to which the contract refers or directs an integral part of the contract?

Yes                  No  
                     

Why:

13. In your view, does this way of informing consumers offer them some benefit?
14. How do you expressly inform a consumer, when concluding the contract, about the content of those external documents to which the contract refers?
15. Do you have comments to make on the preliminary findings of our field study?

Thank you for your cooperation.  
Please return the completed questionnaire by **April 28<sup>th</sup>** to:

**Sophy Lambert-Racine**  
E-mail: [SLambert-Racine@uniondesconsommateurs.ca](mailto:SLambert-Racine@uniondesconsommateurs.ca)

c) Questionnaire destiné aux autres, version française



**QUESTIONNAIRE**  
**Les effets du Code sur les services sans fil<sup>1</sup>**

**Le code sur les ssf a notamment pour objectifs de...**

«...permettre aux particuliers (...) d'obtenir plus facilement des renseignements sur leurs contrats avec les fournisseurs de services sans fil et sur leurs droits et obligations connexes; d'établir des normes relatives à la conduite de l'industrie; de favoriser l'établissement d'un marché plus dynamique.»

**Par ailleurs, les exigences du Code visent à :**

«(i) s'assurer que les consommateurs reçoivent l'information nécessaire pour prendre des décisions éclairées quant à leur service);  
(ii) (faire) en sorte que les consommateurs puissent plus facilement profiter d'offres concurrentielles.»

**L'annexe 1 du code prévoit en outre que :**

«Si une partie du Code ou du contrat du client est ambiguë, ou si l'application des modalités du Code ou du contrat n'est pas claire, le Code et le contrat doivent être interprétés en faveur du client.»

**1. À la lumière de votre connaissance des services offerts et des faits saillants de notre enquête, estimez-vous que les consommateurs sont correctement informés de leurs droits et obligations par les fournisseurs?**

Oui                  Non                  Ne sait pas  
                                   

Pourquoi :

**2. L'information fournie est-elle complète?**

Oui                  Non                  Ne sait pas  
                                   

Pourquoi :

**3. L'information fournie est-elle claire?**

Oui                  Non                  Ne sait pas  
                                   

Pourquoi :

<sup>1</sup> Nous vous invitons à consulter le «sommaire des faits saillants», ci-joint, pour plus de détails sur notre analyse.

*La force d'un réseau*

**Nos membres associatifs**

ACEP APPALACHES – BEAUCÉ – ÉTICHEMINS      ACEP DU GRAND-PORTRAGE      ACEP LANAUDIÈRE  
ACEP DE L'EST DE MONTRÉAL      ACEP DU NORD DE MONTRÉAL      ACEP MONTRÉAL-E-EST  
ACEP DE L'ÎLE-JÉSUS      ACEP ESTRIE      ACEP NIVÉ-SUD DE QUÉBEC  
ACDC

6226, rue Saint-Hubert, Montréal (Québec) Canada H2S 2M2  
T : 514 521 6820 | Sans frais : 1 888 521 6820 | F : 514 521 0736  
info@uniondesconsommateurs.ca | www.uniondesconsommateurs.ca

4. **L'information fournie est-elle exacte?**

Oui                  Non                  Ne sait pas  
                                   

Pourquoi :

5. **À votre avis, les consommateurs peuvent-ils profiter plus facilement des offres sur le marché qu'ils ne le pouvaient avant l'entrée en vigueur du Code?**

Oui                  Non                  Ne sait pas  
                                   

Pourquoi:

À la lumière des faits saillants de notre enquête, qui mentionnent notamment certaines pratiques particulières relativement aux périodes d'essai, au déverrouillage des appareils ou à la renonciation aux plafonds de frais de données excédentaires ...

6. **Les pratiques commerciales des fournisseurs permettent-elles au Code d'atteindre ses objectifs?**

Oui                  Non                  Ne sait pas  
                                   

Pourquoi:

7. **Comment pourrait-on faciliter l'atteinte des objectifs du Code? Devrait-on simplifier certaines exigences ou, au contraire, en préciser ou ajouter certaines?**

8. **À votre avis, quelles sont les principales réussites du Code?**

9. **À votre avis, quelles sont les principales ratées du Code?**

10. **Quelles devraient être les priorités du CRTC lors de la révision du Code?**

*La force d'un réseau*

*Dans la politique réglementaire du CRTC 2013-586, une certaine souplesse a été permise par le Conseil, en ce qui a trait à la réduction mensuelle des frais de résiliation anticipée. Le Conseil a estimé que l'amortissement mensuel peut être inférieur ou supérieur au montant équivalent à une réduction linéaire des frais de résiliation anticipée, dans la mesure où ces frais égalent 0 \$ après 24 mois.*

11. **Est-ce que les différentes méthodes de réduction des frais de résiliation peuvent être considérées comme découlant d'une interprétation et d'une application du Code qui avantagent le consommateur?**

*La majorité des contrats que nous avons étudiés font un usage massif d'hyperliens pour référer les consommateurs à des renseignements additionnels.*

12. **Selon vous, les renseignements qui sont offerts aux consommateurs sur un site Internet auquel réfère ou dirige le contrat font-ils partie intégrante du contrat?**

Oui                      Non  
                             

Pourquoi :

13. **Selon vous, cette façon de communiquer des renseignements au consommateur présente-t-elle pour lui quelque avantage?**

14. **Avez-vous des commentaires à formuler sur les résultats préliminaires de notre étude terrain?**

Nous vous remercions de votre collaboration  
et vous invitons à retourner le questionnaire complété d'ici le **28 avril 2015** à :

**Sophy Lambert-Racine**  
C : [SLambert-Racine@uniondesconsommateurs.ca](mailto:SLambert-Racine@uniondesconsommateurs.ca)

d) Questionnaire destiné aux autres, version anglaise



QUESTIONNAIRE  
The Effects of the Wireless Code<sup>1</sup>

**The Wireless Code's main objectives are to...**

*"...make it easier for individual and small business consumers to get information about their contracts with wireless service providers and about their associated rights and responsibilities, establish standards for industry behaviour, and contribute to a more dynamic marketplace."*

**The purpose of the Code's requirements is to:**

*"(i) ensure that consumers are empowered to make informed decisions about wireless services; and  
(ii) contribute to a more dynamic marketplace by making it easier for consumers to take advantage of competitive offers."*

**Appendix 1 of the Code also provides that:**

*"If any part of the Code or the customer's contract is ambiguous, or if it is unclear how the terms of the Code or the contract are to be applied, then the Code and the contract must be interpreted in a manner that is favourable to the customer."*

1. In the light of your knowledge of the services offered and of our survey's highlights, do you think providers correctly inform consumers of their rights and obligations?

Yes                      No                      Don't know  
                                           

Why:

2. Is the information provided complete?

Yes                      No                      Don't know  
                                           

Why:

3. Is the information provided clear?

Yes                      No                      Don't know  
                                           

Why:

4. Is the information provided accurate?

<sup>1</sup> We invite you to consult the attached "Summary of Our Analysis" for more details.

La force d'un réseau

Nos membres associatifs

ACEF APPALACHES - BEAUCÉ - ETCHÉMINS      ACEF DU GRAND-PORTRAGE      ACEF LANAUDIÈRE  
ACEF DE L'EST DE MONTRÉAL      ACEF DU NORD DE MONTRÉAL      ACEF MONTRÉAL ET EST  
ACEF DE L'ÎLE-JÉSUS      ACEF ESTRIE      ACEF RIVE-SUD DE QUÉBEC  
ACQC

6226, rue Saint-Hubert, Montréal (Québec) Canada H2S 2M2

T : 514 521 6820 | Sans frais : 1 888 521 6820 | F : 514 521 0736

info@uniondesconsommateurs.ca | www.uniondesconsommateurs.ca

Yes                  No                  Don't know  
                                           

Why:

5. **Do you think consumers can benefit more easily from offers on the market than they could before the Code took effect?**

Yes                  No                  Don't know  
                                           

Why:

In light of the key findings of our research, which mentions certain specific practices regarding trial period, unlocking and surcharge caps...

6. **Do the service providers' business practices allow the Code to achieve its objectives?**

Yes                  No                  Don't know  
                                           

Why:

7. **How could it be made easier to meet the Code's objectives? Should certain requirements be simplified, or rather should some be made more specific or others added?**

8. **In your view, what are the Code's main successes?**

9. **In your view, what are the Code's main failures?**

10. **What should the CRTC's priorities be when the Code is reviewed?**

*Under regulatory policy CRTC 2013-586, the CRTC has allowed a certain flexibility in the monthly reduction of early cancellation fees. The CRTC has stipulated that each monthly*

*La force d'un réseau*

*cancellation fee reduction may be less or more than the amount of the monthly reduction based on a straight line amortization, as long as those fees equal \$0 after 24 months.*

11. Can the different methods of reducing early cancellation fees be considered as resulting from an interpretation and application of the Code to the advantage of customers?

*The majority of the contracts we studied use hyperlinks profusely in referring consumers to additional information.*

12. In your view, is consumer information provided on a website to which the contract refers or directs an integral part of the contract?

Yes                      No  
                     

Why:

13. In your view, does this way of informing consumers offer them some benefit?

14. Do you have comments to make on the preliminary findings of our field study?

Thank you for your cooperation.  
Please return the completed questionnaire by **April 28<sup>th</sup>** to:

**Sophy Lambert-Racine**  
E-mail: [SLambert-Racine@uniondesconsommateurs.ca](mailto:SLambert-Racine@uniondesconsommateurs.ca)

*La force d'un réseau*

# SERVICES SANS FIL PRÉPAYÉS : à l'abri des factures-surprises?

Rapport final du projet  
présenté au Bureau de la consommation  
d'Industrie Canada



Juin 2015

Rapport publié par :



6226, rue Saint-Hubert  
Montréal (Québec) H2S 2M2

Téléphone : 514 521-6820  
Sans frais : 1 888 521-6820  
Télécopieur : 514 521-0736

[info@uniondesconsommateurs.ca](mailto:info@uniondesconsommateurs.ca)  
[www.uniondesconsommateurs.ca](http://www.uniondesconsommateurs.ca)

#### Membres d'Union des consommateurs

ACEF Appalaches-Beauce-Etchemins  
ACEF de l'Est de Montréal  
ACEF de l'Île Jésus  
ACEF du Grand-Portage  
ACEF du Nord de Montréal  
ACEF Estrie  
ACEF Lanaudière  
ACEF Montérégie-est  
ACEF Rive-Sud de Québec  
ACQC  
Membres individuels

#### Rédaction du rapport

– Union des consommateurs

#### Recherche et rédaction

– Ioana Delapeta

#### Direction de rédaction

– Marcel Boucher

ISBN : 978-2-923405-60-5



Union des consommateurs est membre de  
l'Organisation internationale des consommateurs (CI),  
une fédération regroupant 220 membres en provenance de 115 pays.

*L'usage du masculin, dans ce rapport, a valeur d'épicène.*

*Union des consommateurs a reçu du 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.*

Union des consommateurs received funding from Industry Canada's Contributions Program for Non-profit Consumer and Voluntary Organisations. The views expressed in the report are not necessarily those of Industry Canada or the Government of Canada.

© Union des consommateurs — 2015

## Table des matières

<b>Union des consommateurs, la force d'un réseau</b>	<b>4</b>
<b>1 Introduction</b>	<b>5</b>
<b>2. Portrait de la situation au Canada</b>	<b>6</b>
2.1 Définitions	6
2.2 Portrait de l'utilisation des services sans fil	7
2.3 Avantages et inconvénients des services sans fil prépayés	10
2.4 Recension des principales sources de plaintes	12
2.5 Survol des protections provinciales	14
2.6 Au niveau fédéral – Le Code sur les services sans fil	21
<b>3. Enquête terrain auprès des fournisseurs et vendeurs de SSF prépayés</b>	<b>26</b>
3.1 Rapports de conformité soumis par les FSSF au CRTC	26
3.2 Méthodologie de l'enquête terrain	29
3.3 Observations générales	33
3.4 Résultats de l'enquête menée en ligne	34
3.5 Résultats de l'enquête menée par téléphone	51
3.6 Résultats de l'enquête menée en personne directement en magasin	57
3.7 Remarques générales au sujet des contrats de SSF prépayés	61
3.8 Conclusion	65
<b>4. Survol des lois étrangères</b>	<b>67</b>
4.1 États-Unis	67
4.2 Australie	69
4.3 France	74
4.4 Royaume-Uni	76
<b>5. Conclusion</b>	<b>78</b>
<b>6. Recommandations</b>	<b>81</b>
<b>Médiagraphie</b>	<b>84</b>

## Union des consommateurs, la force d'un réseau

---

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe plusieurs Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC) ainsi que des membres individuels.

La mission de l'organisme est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Ses interventions s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure d'Union des consommateurs lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face; ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

Nous agissons principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques, réglementaires ou judiciaires et sur la place publique. Parmi nos dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'inforoute, la santé, l'alimentation et les biotechnologies, les produits et services financiers, les pratiques commerciales, ainsi que les politiques sociales et fiscales.

Finalement, dans le contexte de la globalisation des marchés, Union des consommateurs travaille en collaboration avec plusieurs groupes de consommateurs du Canada anglais et de l'étranger. Elle est membre de l'*Organisation internationale des consommateurs* (CI), organisme reconnu notamment par les Nations Unies.

## 1 Introduction

---

Les compagnies de service de téléphonie cellulaire offrent de plus en plus de types de services sans fil (SSF) aux consommateurs. En 2013, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a adopté un nouveau Code des services sans fil, en vue de renforcer la protection qui est offerte aux consommateurs, mais s'est concentré particulièrement sur la réglementation des contrats de SSF postpayés, réservant un traitement particulier, aux exigences limitées, aux services prépayés. Les consommateurs canadiens bénéficient aussi parfois des protections que leur confèrent les provinces, principalement à travers les lois de protection des consommateurs, mais ce n'est pas toujours le cas.

Le présent rapport a pour but d'étudier la question des SSF prépayés en ce qui a trait à la réglementation existante, tant au Canada qu'à l'étranger, afin de voir si les consommateurs canadiens sont bien protégés dans le cadre de ce type de contrat.

Les protections mises en place dans le sans-fil sont-elles adéquates pour ce qui est des services prépayés, ou les utilisateurs de ces services, souvent moins bien nantis, sont-ils laissés pour compte? Les consommateurs sont-ils adéquatement informés des options de ces services ou des circonstances qui pourraient leur entraîner de mauvaises surprises? Comment les fournisseurs des SSF prépayés se conforment-ils à leurs obligations?

Les encadrements existants, en matière de sans fil, se sont beaucoup concentrés sur l'information à donner au consommateur. Nous nous attarderons donc à la question de la diffusion de l'information, qui est susceptible d'être encadrée différemment lorsqu'il est question de « prépayé ». Nous avons documenté les offres de SSF prépayés afin de voir comment elles se conforment aux cadres légaux et réglementaires actuels, et de vérifier si toutes les pratiques sont encadrées adéquatement sur les plans légal et réglementaire ; l'information recueillie permettra d'émettre des recommandations afin de rétablir, au besoin, l'équilibre entre les cadres de protection applicables aux SSF postpayés et prépayés et d'assurer que tous les utilisateurs de prépayé, qu'ils utilisent des services payables à l'utilisation ou des forfaits mensuels, payés au moyen de cartes de recharge ou de prélèvements automatiques, soient adéquatement informés de toutes les modalités d'utilisation applicables à leur forfait afin d'être au fait des risques et inconvénients que représente cette façon d'accéder aux SSF.

Notre revue de littérature fait un portrait du marché des services sans fil et de la place qu'y occupent les services prépayés ; nous y relevons notamment les principales plaintes émises par les consommateurs de services prépayés. Nous étudions par la suite les mesures de protection actuellement en place dans les lois provinciales de protection du consommateur ainsi que dans le Code sur les services sans fil canadien, concernant particulièrement les obligations d'information relatives aux ententes de SSF prépayés, que nous mettons en perspective avec celles qui sont applicables aux services postpayés. Nous vérifierons plus loin comment ces mesures de protection sont appliquées, sur le terrain, par les fournisseurs de services.

Sur la base de la documentation écrite des fournisseurs de SSF, nous avons établi un portrait de l'ensemble des services prépayés offerts au Canada. Une enquête terrain nous a permis de vérifier de quelle façon les contrats et leurs conditions sont divulgués aux consommateurs et dans quelle mesure ils respectent le cadre légal et réglementaire actuel.

## 2. Portrait de la situation au Canada

---

Quelle est la situation au Canada en ce qui a trait aux services sans fil (SSF) ? Qui sont les utilisateurs des services prépayés ? Quels sont les avantages et désavantages de ce type de service ? Y a-t-il des plaintes particulières dans le domaine ?

### 2.1 Définitions

Le *Code sur les services sans fil* (Code canadien ou Code) du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), entré en vigueur en décembre 2013, définit les services prépayés de la manière suivante : « achetés avant d'être utilisés, par exemple cartes prépayées et paiement à l'utilisation<sup>1</sup> » ; le paiement à l'utilisation désigne les « services qu'un client peut ajouter à son forfait de services sans fil, par exemple l'itinérance à l'extérieur du Canada, qui sont normalement mesurés et facturés selon l'utilisation<sup>2</sup>. » Les services postpayés sont pour leur part définis par le Code comme étant des « Services sans fil payés après avoir été utilisés, habituellement sur réception d'une facture mensuelle<sup>3</sup>. »

Nous remarquons que la seule distinction que fait le CRTC dans le Code au sujet de ces types de services s'appuie sur le *moment du paiement*, selon qu'il soit réclamé avant ou après avoir utilisé ces SSF, ce à quoi portent naturellement leurs noms même.

Le CRTC adopte une définition plus prudente dans son Rapport de surveillance 2014, introduisant la notion de « part importante » du paiement :

*Les Canadiens peuvent choisir des services sans fil prépayés ou postpayés. Avec les services prépayés, une part importante des services et de l'utilisation est payée d'avance alors qu'avec les services postpayés, le paiement d'une part importante des services et de l'utilisation se fait après consommation du service<sup>4</sup>.*

Malgré cette réserve du CRTC, et malgré l'appellation par laquelle sont désignés ces services, la plupart des fournisseurs de services sans fil (FSSF), comme nous le verrons plus loin (section 3.4.5), exigent de la part des consommateurs de payer les SSF, qu'ils soient appelés prépayés ou postpayés, *avant* l'utilisation. Il semble y avoir ici une certaine incohérence entre ce que prévoit le Code canadien et ce qui se passe en pratique.

C'est sur la foi que les services prépayés ne peuvent entraîner de frais surprises, essentiellement, que le CRTC s'est appuyé pour soustraire ces services à plusieurs des obligations d'information qu'il a par ailleurs imposées dans le cadre des postpayés<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC).** *Le Code sur les services sans fil*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 2013. [En ligne] [http://www.crtc.gc.ca/fra/info\\_sht/t14.htm](http://www.crtc.gc.ca/fra/info_sht/t14.htm) (page consultée le 14 août 2014).

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC).** *Rapport de surveillance des communications 2014*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, octobre 2014, 326 pages. Voir p. 213. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2014/cmr.pdf> (document consulté le 7 juin 2015).

<sup>5</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC).** *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271*, CRTC, Ottawa, Canada, 3 juin 2013, 86 pages. Voir par. 22 et 46. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-271.pdf> (document consulté le 5 août 2014).

## 2.2 Portrait de l'utilisation des services sans fil

Le Rapport de surveillance des communications du CRTC de 2013 rapportait qu'en 2012, « 81 % des Canadiens étaient abonnés à un service sans fil et, de ce nombre, 52 % utilisaient des téléphones intelligents, des tablettes et d'autres appareils portatifs pour communiquer<sup>6</sup>. »

Le Rapport de surveillance de 2014 observe que l'utilisation des services sans fil est en augmentation et que la migration vers des services sans fil (au détriment des services filaires) est plus importante chez les ménages ayant un revenu annuel inférieur à 28 000 \$ :

*En 2012, le nombre de ménages canadiens abonnés à des services filaires ou sans fil a légèrement diminué pour passer de 99,3 % à 99,2 %. On constate cependant que les ménages dépendent progressivement plus des services sans fil, comme le démontre le fait que le nombre de ménages abonnés aux services locaux filaires a diminué de 3 %, puisqu'il est passé de 86,5 % en 2011 à 83,5 % en 2012, tandis que le nombre d'abonnés aux services sans fil a augmenté de 2 % durant la même période, passant de 79,4 % à 81,4 %. Cette dépendance accrue envers les services sans fil était plus prononcée chez les ménages avec un revenu annuel inférieur à 28 000 \$. Le pourcentage de ces ménages abonnés aux services filaires a diminué de 1,4 %, de 76 % en 2011 à 74,6 % en 2012, tandis que le pourcentage de ménages abonnés aux services sans fil a augmenté au cours de cette période de 4,4 %, passant de 57,3 % à 61,7 %<sup>7</sup>.*

Le même rapport souligne que, selon l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada, « 81,4 % des ménages canadiens sont abonnés à un service sans fil et 17,8 % ont abandonné les services filaires au profit des services sans fil<sup>8</sup>. »

La croissance des revenus des services sans fil a été relativement constante entre 2009 et 2012, à 6-7 %, même si la croissance des abonnements a ralenti. En 2013, le taux de croissance des revenus des services sans fil n'a augmenté que de 3,5 % et le taux de croissance des abonnements a atteint 2,3 %, soit le taux le plus faible en 10 ans<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. *Rapport de surveillance des communications 2013*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, septembre 2013, 268 pages. Voir p. ii. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2013/cmr2013.pdf> (document consulté le 4 août 2014).

<sup>7</sup> *Op. cit.*, Note 4, **CRTC**. *Rapport de surveillance des communications 2014*, p. ii.

<sup>8</sup> *Id.*, p. 210.

Voir aussi : **STATISTIQUES CANADA**. *Enquête sur les dépenses des ménages*, Site de Statistique Canada, Ottawa, Canada, 2012, dernière mise à jour 29 janvier 2014. [En ligne] <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/140129/dq140129a-fra.htm> (page consultée le 7 juin 2015).

<sup>9</sup> *Op. cit.*, Note 7, **CRTC**. *Rapport de surveillance 2014*, pp. 212 et 214 (voir les tableaux 5.5.1 et 5.5.4).

Le nombre d'abonnés canadiens aux SSF a augmenté de 1,8 % de 2012 à 2013, passant ainsi à 27,9 millions ; les SSF sont maintenant accessibles pour 99 % des Canadiens<sup>10</sup>. Cependant, le CRTC note une diminution des abonnés aux SSF prépayés plus marquée depuis 2012 :

**Tableau 1A**  
**% d'abonnés aux postpayés / d'abonnés aux SSF**

	2009	2010	2011	2012	2013
Services postpayés	79	79	78	81	83

Source : Données recueillies par le CRTC

**Tableau 1B**  
**Revenus par types de services<sup>11</sup>**

	2010	2011	2012	2013	TCAC 2010- 2013
Services prépayés	1 042,9	978,2	877,3	790,4	-8,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	-6,2 %	-10,3 %	-9,9 %	
Services postpayés	14 296,2	14 957,3	15 762,3	16 303,6	4,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	4,6 %	5,4 %	3,4 %	
Total	15 339,1	15 935,5	16 639,6	17 094,0	3,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	3,9 %	4,4 %	2,7 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Au total, 99,3 % des ménages canadiens sont abonnés à un service téléphonique, qu'il soit filaire ou sans fil. Toutefois, depuis 2009, la proportion de ménages abonnés au service filaire diminue régulièrement, tandis que celle des ménages abonnés à un service sans fil augmente. C'est en Alberta et en Colombie-Britannique que l'on retrouve le taux de pénétration du sans-fil le plus élevé<sup>12</sup>. Le rapport du CRTC souligne un autre fait intéressant : en 2010, 15,1 % des ménages canadiens du premier quintile (soit les ménages gagnant moins de 27 900 \$ par année) n'avaient pour seul abonnement téléphonique qu'un service sans fil. Un an plus tard, en 2011, cette proportion était passée à 21,3 %, soit une augmentation impressionnante de 41,1 %, la plus forte augmentation observée parmi tous les quintiles de revenus étudiés. Au total, il y a eu une augmentation de 25,5 % pour tous les ménages confondus<sup>13</sup>.

<sup>10</sup> *Id.*, p. 210.

<sup>11</sup> *Id.*, Tableaux 5.5.5, p. 214 et 5.5.3, p. 213.

<sup>12</sup> *Op. cit.*, Note 6, CRTC. *Rapport de surveillance 2013*, p. 24, tableau 2.2.3.

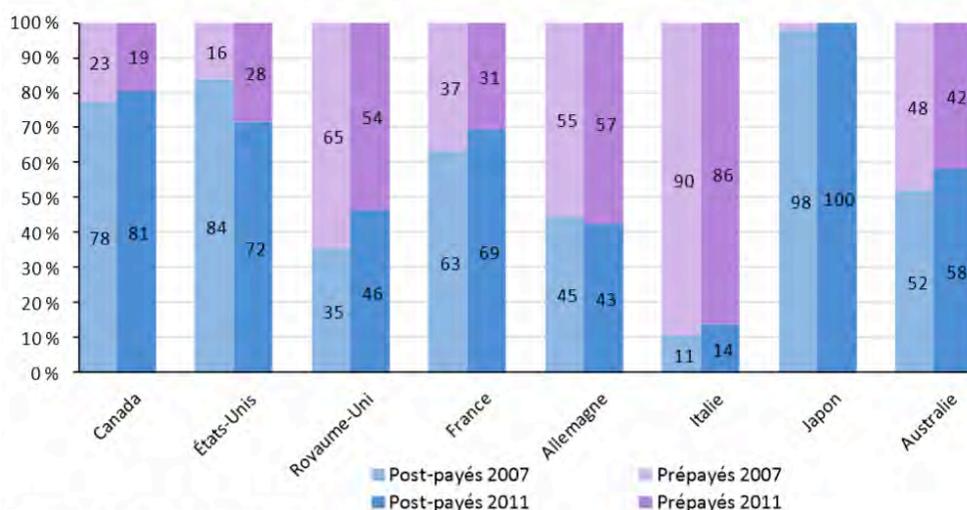
<sup>13</sup> *Id.*, p. 26, tableau 2.2.4.

Comme le mentionne le CRTC dans son rapport de 2014, aucune donnée Statistiques Canada plus récente que celles qui ont été utilisées dans le rapport de 2013 n'était disponible au moment de la rédaction du rapport de 2014.

La croissance des connexions par ménage pour les services sans fil a été de 6 % par année entre 2008 et 2012, soit le double de la croissance des autres services de base<sup>14</sup>.

Quant à l'évolution du prépayé dans le monde, nous pouvons observer dans le tableau suivant qu'au Canada, comme presque partout ailleurs, l'utilisation était déjà en 2011 en train de diminuer, alors qu'on notait à la même époque une augmentation importante aux États-Unis.

**Tableau 2**  
**Part des abonnements postpayés et prépayés, 2007 et 2011<sup>15</sup>**



Source : Bank of America Merrill Lynch

En effet, la crise économique et la rigidité des contrats pour les téléphones cellulaires auraient motivé beaucoup de consommateurs américains à faible et moyen budgets à se tourner vers les services prépayés<sup>16</sup> :

*Total U.S. prepaid subscriptions shot past 100 million as of June, growing by 12 percent over the previous year, while traditional wireless telephone services with monthly bills remained flat. About 1 in 3 U.S. cellphone owners now opt to pay as they go.*

[...]

<sup>14</sup> *Id.*, p. 23, tableau 2.2.1.

<sup>15</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. *Rapport de surveillance des communications 2012*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 5 septembre 2012, 188 pages. Voir graphique 6.1.10, p. 185. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2012/cmr2012.pdf> (document consulté le 7 juin 2015).

<sup>16</sup> **PR NEWSWIRE**, *Experts: "Middle-Class Mainstreaming" Of Prepaid Wireless Could Push One Out Of Three U.S. Consumers To No-Contract Cell Phones In Next 12 Months*, PR Newswire, Washington, États-Unis, 19 juillet 2012. [En ligne] <http://www.prnewswire.com/news-releases/experts--middle-class-mainstreaming-of-prepaid-wireless-could-push-one-out-of-three-us-consumers-to-no-contract-cell-phones-in-next-12-months-163059036.html> (page consultée le 7 juin 2015).

*The move toward prepaid cellphone service in the United States is starting to mimic the pattern that has long been the rule in the developing world. Prepaid accounts for 95 percent of cellphone handsets in India, 80 percent in Latin America, 70 percent in China and 65 percent in Europe, according to Chetan Sharma, a Washington state wireless consultant.*

[...]

*The U.S. switch to prepaid accelerated during the recession as nervous consumers decided not to get bogged down with lengthy contracts and phone charges they couldn't predict<sup>17</sup>.*

Il semblerait que les FSSF canadiens ne tiennent pas beaucoup à vendre des SSF prépayés, comme nous allons d'ailleurs le remarquer plus loin, lorsque nous traiterons de l'enquête terrain que nous avons effectuée dans le cadre de la présente étude.

## 2.3 Avantages et inconvénients des services sans fil prépayés

Quels sont les avantages et inconvénients des SSF prépayés par rapport aux autres types de services ?

### 2.3.1 Avantages des SSF prépayés

Le premier avantage reconnu du prépayé tient au coût moins élevé du service pour les consommateurs qui n'envisagent pas une grande utilisation du temps d'appel (ou qui utilisent avant tout des messages textes), puisque le coût à la minute est souvent plus élevé que dans le cadre des SSF postpayés<sup>18</sup>.

L'accès aux services prépayés nécessite (dans presque tous les cas) l'acquisition avant coup d'un appareil, puisque l'offre de financement d'un appareil qui est liée à la signature d'un contrat de service à long terme n'est pas applicable dans le cas du prépayé, où les ententes sont sur des bases mensuelles ou indéterminées. Cela présente en même temps un avantage, dans la mesure où le risque pour l'utilisateur de se voir imposer des frais de résiliation lorsqu'il met fin au service est de ce fait éliminé.

Le prépayé élimine aussi, en principe du moins, le risque de facture-surprise, puisque l'épuisement des crédits portés au compte à l'avance entraîne la suspension du service ; si aucun service ne peut être utilisé, rien ne pourra être facturé en sus de ce qui a déjà été payé.

---

<sup>17</sup> LIFSHER, Marc. *More cellphone users switch to prepaid plans*, Phys.org, Douglas, Royaume-Uni, 22 février 2013. [En ligne] <http://phys.org/news/2013-02-cellphone-users-prepaid.html> (page consultée le 7 juin 2015).

<sup>18</sup> COMITE DES MESURES EN MATIERE DE CONSOMMATION. *Téléphones cellulaires*, in Le Guide du consommateur canadien, Bureau de la consommation, Industrie Canada, Ottawa, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.guideduconsommateur.ca/fr/topics/produits-et-services/telephones-cellulaires> (page consultée le 7 juin 2015).

Certains consommateurs peuvent faire face à beaucoup de difficultés lorsqu'ils tentent de s'abonner à des services postpayés : on pourra leur refuser l'abonnement si leur dossier de crédit est entaché, ou exiger d'eux un dépôt qui pourra être assez important. Les services prépayés ne comportent pas d'exigence de vérification du dossier de crédit par le FSSF. Les consommateurs qui craindraient que leur dossier de crédit leur pose problème auprès d'un fournisseur ou ceux qui préfèrent ne pas donner accès aux renseignements sur leur crédit à un fournisseur de services sans fil considéreront certes cela comme un avantage<sup>19</sup>.

### 2.3.2 Inconvénients des SSF prépayés

Lorsque le consommateur qui désire utiliser le prépayé n'a pas déjà un téléphone compatible (ou déverrouillé), il devra bien sûr assumer une dépense initiale plus importante, puisqu'il devra faire l'acquisition d'un appareil et qu'il devra en assumer le coût immédiatement, ou il devra déverrouiller son propre appareil, lorsqu'il en possède déjà un<sup>20</sup>.

Le prix à la minute est plus élevé dans le cadre du service prépayé que dans celui des forfaits postpayés.<sup>21</sup> Le paiement par minute peut donc être un désavantage pour les consommateurs qui prévoient faire de longues conversations téléphoniques.

Les minutes achetées en prépayé doivent être utilisées avant la fin de la période prévue, sinon, elles seront perdues, à moins de payer pour en ajouter<sup>22</sup>. Le choix peut être pénible entre : ajouter à celles auxquelles on n'a pas trouvé d'usage des minutes supplémentaires (qui seront perdues elles aussi à défaut d'utilisation ou d'achat supplémentaire), ou renoncer au temps accumulé (et aux sommes investies).

Le téléphone devant le plus souvent être payé en entier pour pouvoir profiter des services prépayés, les appareils que se procurent les consommateurs à cette fin seront souvent moins avancés du point de vue technologique (par ex. pour la prise des photos, moins d'applications gratuites, etc.), vu leur prix moindre.

Le numéro de téléphone ne peut pas être indéfiniment conservé suite à une expiration sans renouvellement et l'achat d'autres minutes) ; après une certaine période d'inactivité du compte, un nouveau numéro sera attribué lors d'une réactivation. Cela peut évidemment poser problème pour certains utilisateurs.

---

<sup>19</sup> GRAMMOND, Stéphanie, « Le cellulaire le moins cher en ville », La Presse, Montréal, Québec, Canada, 13 juin 2013. [En ligne] <http://affaires.lapresse.ca/opinions/chroniques/stephanie-grammond/201306/12/01-4660436-le-cellulaire-le-moins-cher-en-ville.php>, (page consultée le 25 mai 2015).

<sup>20</sup> Le coût du déverrouillage était le plus souvent autour de 50\$ au moment d'écrire ces lignes. L'activation d'un appareil déverrouillé avec un nouveau fournisseur nécessitera également l'achat d'une nouvelle carte SIM.

<sup>21</sup> Par exemple, chez Koodo, on pourra, pour le service postpayé le plus économique (28\$ par mois, incluant 200 minutes d'appels), payer 14 sous par minute, tandis que l'option d'ajout de 25 minutes à 5\$ correspond à une utilisation à 20 sous la minute. Chez TELUS, le forfait postpayé le moins cher propose un tarif de 23 sous la minute, tandis que le tarif pour les services prépayés payables à l'utilisation est de 50 sous la minute.

<sup>22</sup> Les dates d'expiration varient le plus souvent entre 1 mois et 1 an, selon le total de services prépayés acheté par le consommateur.

## 2.4 Recension des principales sources de plaintes

Parmi l'ensemble des plaintes reçues par le CPRST pour 2013-2014, 60,8 % relevaient du domaine des services sans fil (contre 60,4 % pour 2012-2013). Parmi ces plaintes, les erreurs de facturation et les disputes contractuelles constituaient les sources les plus fréquentes de mécontentement des consommateurs (74,3 % du total des plaintes – contre 75,9 % pour 2012-2013)<sup>23</sup>.

Pour ce qui est du détail des plaintes à travers le Canada, le CPRST présente ce tableau :

**Tableau 3**  
**Problèmes soulevés dans les plaintes, par province**<sup>24</sup>

Province	facturation	Dispute contractuelle	Prestation de services	Évaluation du crédit	Total
Alberta	45,34 %	29,14 %	20,09 %	5,43 %	100,00 %
Colombie-Britannique	47,55 %	30,96 %	17,39 %	4,10 %	100,00 %
Manitoba	45,53 %	27,62 %	22,76 %	4,09 %	100,00 %
Nouveau-Brunswick	50,44 %	26,11 %	19,91 %	3,54 %	100,00 %
Terre-Neuve-et-Labrador	41,36 %	34,03 %	21,47 %	3,14 %	100,00 %
Territoires du Nord-Ouest	75,00 %	12,50 %	12,50 %	0,00 %	100,00 %
Nouvelle-Écosse	45,49 %	32,58 %	14,19 %	7,74 %	100,00 %
Nunavut	0,00 %	25,00 %	75,00 %	0,00 %	100,00 %
Ontario	41,74 %	30,44 %	24,07 %	3,75 %	100,00 %
Ile-du-Prince-Édouard	56,61 %	18,87 %	20,75 %	3,77 %	100,00 %
Québec	51,86 %	25,61 %	19,44 %	3,10 %	100,00 %
Saskatchewan	53,41 %	22,49 %	17,67 %	6,43 %	100,00 %
Yukon	29,03 %	35,48 %	32,26 %	3,23 %	100,00 %

<sup>23</sup> **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TELECOMMUNICATIONS (CPRST)**. *Rapport annuel 2013-14*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 2014, 42 pages, Voir p. 10. [En ligne] <http://www.ctcs-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2013-2014/CPRST-Rapport-Annuel-2013-2014.pdf> (document consulté le 7 juin 2015).

<sup>24</sup> *Idem*, pages, p. 37.

Au sujet de la divulgation précontractuelle en matière de SSF en général, le CPRST soulignait dans son rapport 2012-2013 qu'il recevait des plaintes de clients qui disaient avoir été « trompés » par leur fournisseur sur les conditions de service (principales conditions non divulguées avant la conclusion du contrat ; prix du service ou montant du rabais que le fournisseur devait appliquer à leur compte ne correspondant pas à l'entente; tentatives d'appliquer des conditions auxquelles ils ne croient pas avoir consenti ; facturation pour des services qu'ils n'ont pas convenu de recevoir ; dispositions vagues, ambiguës ou pas divulguées de façon appropriée).

*Nous avons aussi reçu de nombreuses plaintes de clients qui affirmaient avoir demandé des renseignements au sujet de conditions particulières relatives à des questions comme les frais de résiliation, la capacité d'annuler ou de suspendre temporairement le service ou le moment où transférer la responsabilité du service à une autre partie. Dans bon nombre de ces cas, nous avons constaté que le client n'avait pas reçu des renseignements appropriés en réponse à sa demande, ce qui a donné lieu à une plainte qui aurait pu être évitée si le fournisseur de services avait pleinement informé le client à propos des conditions pertinentes. Dans nos rapports annuels de 2008-09, 2009-10, 2010-11 et 2011-12, nous avons mentionné que lorsque les fournisseurs veulent lier un client à leurs conditions, ils doivent s'assurer que celles-ci soient claires et dénuées d'ambiguïté et que le client y a consenti de façon claire<sup>25</sup>.*

Le CPRST concluait : « En 2012-13, la question que nous appelons “non-divulgation des conditions/information trompeuse à propos des conditions” a été soulevée près de 1 000 fois et, comparativement à l'année dernière, le nombre de fois que celle-ci a été soulevée a augmenté de 73 %<sup>26</sup>. »

Dans son rapport 2013-2014, le CPRST revient sur cette question et s'étonne de réaliser que ces plaintes, plutôt que de baisser, ont connu une augmentation importante:

*L'année dernière, nous avons discuté de nombreux problèmes que nous catégorisons comme étant liés à la “non-divulgation et aux modalités trompeuses”. Ces cas sont généralement ceux dans lesquels les clients se plaignent de n'avoir pas reçu des renseignements complets ou exacts concernant les principales modalités et conditions relatives à leurs services. Bon nombre d'entre eux croyaient n'avoir pas reçu tous les renseignements nécessaires sur le prix de leurs services ou n'avoir pas été informés de façon appropriée des services compris dans leur forfait et de ceux qui occasionneraient des frais additionnels. En 2012-2013, nous avons mentionné que ces problèmes avaient augmenté de 73 % par rapport à l'année précédente. Nous avons informé les fournisseurs de services qu'ils devaient veiller à fournir à leurs clients tous les renseignements nécessaires sur leurs services et qu'avant d'obtenir le service, les clients devaient être vigilants quant aux modalités et conditions essentielles. Nous avons donc été très surpris d'enregistrer, en 2013-2014, une augmentation de 74 % du nombre de fois que ce problème a été soulevé par les clients<sup>27</sup>.*

---

<sup>25</sup> COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TELECOMMUNICATIONS (CPRST). *Rapport annuel 2012-13*, CPRST, Ottawa, Ontario, Canada, 2013, 52 pages. Voir p. 13 [En ligne] <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2012-2013/CPRST-Rapport-Annuel-2012-2013.pdf> (document consulté le 4 août 2014).

<sup>26</sup> *Idem*, p. 14.

<sup>27</sup> *Op. Cit.*, Note 23, CPRST, *Rapport annuel 2013-14*, p. 12.

Le CPRST ajoute que, malgré l'entrée en vigueur du *Code sur les services sans fil*, « les services sans fil font toujours l'objet de 72,4 % de l'ensemble des problèmes de non-divulgation soulevés<sup>28</sup>. »

Dans son rapport 2012-2013, le CPRST mentionnait que 21.5 % des problèmes rapportés reliés à la facturation en matière de SSF relevaient du secteur du prépayé<sup>29</sup>. Le rapport de 2013-2014 ne relève cependant pas cette distinction, soulignant uniquement que le problème des erreurs de facturation représente encore celui qui est le plus fréquemment soulevé par les consommateurs<sup>30</sup>.

## 2.5 Survol des protections provinciales

La présente sous-section mettra en évidence les protections provinciales dont bénéficient les consommateurs canadiens dans cinq provinces canadiennes, en matière de divulgation précontractuelle lors de l'achat des services cellulaires sans fil: le Québec, l'Ontario, le Manitoba, la Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve et Labrador. L'accent sera mis sur les dispositions spécifiques qui pourraient trouver application dans le cadre de ce type de contrats, tout en présentant des éléments généraux des lois, lorsqu'il y a lieu.

Cependant, avant d'entamer cette étude des lois provinciales, il faut souligner que les provinces étudiées ont aussi réglementé de manière distincte les contrats conclus à distance, qui prévoient pour les commerçants des obligations spécifiques à ce type de contrats, et qui s'appliquent également, bien sûr, lorsque les consommateurs concluent à distance leur contrat de SSF. Afin d'éviter des répétitions inutiles au fil du survol des lois de chaque province, et comme les règles particulières aux contrats conclus à distance ont été harmonisées, nous les aborderons dans une section à part (section 2.4.6).

### 2.5.1 Québec

Au Québec, la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>31</sup> (LPC), malgré qu'elle ne régisse pas de manière spécifique les SSF, encadre spécifiquement deux domaines qui touchent directement les SSF prépayés, soit les contrats de vente d'une carte prépayée ainsi que les contrats à exécution successive de service fourni à distance.

Les articles 187.1 à 187.5 de la LPC encadrent la vente d'une carte prépayée, et notamment l'obligation d'informer le consommateur, avant la conclusion du contrat, des conditions d'utilisation de la carte, ainsi que de la manière dont il peut vérifier son solde. Cette information peut être inscrite sur la carte ou être fournie au consommateur autrement, par écrit. En vertu du règlement d'application<sup>32</sup>, les SSF prépayés sont exclus expressément de l'application de

---

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> *Op. Cit.*, Note 25, CPRST, *Rapport annuel 2012-13*, p. 34.

<sup>30</sup> *Op. Cit.*, Note 23, CPRST, *Rapport annuel 2013-14*, p. 12.

<sup>31</sup> *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1 (LPC), The Canadian Legal Information Institute, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] <http://canlii.ca/t/68w8g> (page consultée le 4 mai 2015).

<sup>32</sup> PUBLICATIONS DU QUÉBEC, *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*, ch. P-40.1, r. 3, art. 79.1, Québec, mise à jour 1<sup>er</sup> juin 2015. [En ligne]

certaines des dispositions applicables aux cartes prépayées : l'interdiction des dates d'expiration et l'obligation de remboursement du solde. Contrairement aux autres cartes prépayées, les cartes prépayées de téléphonie mobile peuvent donc expirer malgré que la pleine valeur de la carte n'ait pas été utilisée.

La LPC régit aussi, de manière spécifique, les contrats à exécution successive de service fourni à distance (art. 214.1 et s.), ce qui inclut tous les contrats de SSF, tant postpayés que prépayés. Pour ce type de contrats, le législateur exige que le contrat entre le commerçant et le consommateur soit constaté par écrit. La loi précise aussi le contenu de cet écrit, spécifiant que doivent s'y retrouver sans faute, notamment : les noms des parties et leurs adresses, les autres coordonnées du commerçant, une description détaillée des services, le tarif/coût mensuel et le total des sommes qui doivent être déboursées chaque mois, les restrictions d'utilisations (telles que les limites géographiques du service), la durée et la date de péremption du contrat, les conditions de résiliation et de modification pour le consommateur, etc. (art. 214.2 LPC). Le règlement d'application de la LPC précise que ces renseignements doivent se trouver « au tout début » du contrat et « à l'exclusion de tout autre renseignement », et qu'ils doivent être clairs et lisibles<sup>33</sup>.

En plus d'être visés par des dispositions particulières, les contrats de SSF, qu'ils soient prépayés ou postpayés, sont aussi soumis aux dispositions générales de la LPC, telles, par exemple, celles qui interdisent au commerçant de procéder à des modifications unilatérales du contrat à moins d'avoir au préalable indiqué au contrat les éléments qui seraient susceptibles de faire l'objet de telle modification, et d'envoyer un avis de 30 jours au consommateur afin de l'informer de son intention de procéder à la modification (art. 11.2 LPC). Ou celles qui imposent au commerçant qui souhaite mettre fin à un contrat de service à exécution successive à durée indéterminée l'envoi au consommateur d'un avis écrit à cet effet, 60 jours avant la date de résiliation (à moins que le consommateur ne soit en défaut d'exécuter son obligation) (art. 11.3 LPC).

## 2.5.2 Ontario

Depuis le 1er avril 2014, les Ontariens sont protégés par la *Loi de 2013 sur les conventions de services sans fil*<sup>34</sup> (LCSSF), qui oblige spécifiquement les fournisseurs (ou vendeurs) de SSF à fournir par écrit certains renseignements aux consommateurs, et ce, de manière claire et compréhensible. Le FSSF a de plus l'obligation de mettre en évidence ces renseignements (art. 7 et 10 LCSSF). La Loi dispose en outre que le FSSF doit mettre tout d'abord en évidence, dans son annonce publicitaire, lorsqu'il y a lieu, le prix total (art. 8(2) LCFFS).

Préalablement à la conclusion du contrat, le fournisseur a l'obligation de porter à l'attention du consommateur les renseignements suivants : nom et coordonnées du fournisseur, durée du

---

[http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P\\_40\\_1/P40\\_1R3.htm](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1R3.htm)  
(page consultée le 4 juin 2015).

<sup>33</sup> *Idem*, art. 79.8. Attendu que ces contrats doivent être constatés par écrit, ils sont aussi soumis à une série d'autres obligations portant sur la forme et la transmission (art. 23 et s. LPC).

<sup>34</sup> *Loi de 2013 sur les conventions de services sans fil*, L.O. 2013, chap. 8, gouvernement de l'Ontario, Ottawa, Ontario, Canada, mise à jour 1<sup>er</sup> avril 2014. [En ligne] <http://www.ontario.ca/fr/lois/loi/13w08>, (page consultée le 4 mai 2015).

contrat, détails sur les services (prix minimal, utilisation maximale, description de toutes les restrictions et caractéristiques technologiques, explication sur le mode de calcul du prix pour l'utilisation des services facultatifs, descriptions des autres frais à payer, tels que pénalités, intérêts, etc.), description des marchandises fournies avec le contrat, s'il y a lieu, de la convention de reprise, le cas échéant et de la garantie, lorsqu'applicable, modes et modalités de paiement, montant total à payer lors de la conclusion du contrat, droits de retour, d'échange et de remboursement, etc. (art. 9 LCSSF). Ces mêmes renseignements doivent par la suite se retrouver au contrat, qui doit être constaté par écrit, en plus du nom du consommateur et des dates de conclusion et d'expiration du contrat (art. 10 LCSSF). Le commerçant doit en remettre une copie au consommateur « dès que matériellement possible après sa conclusion ou dans le délai prescrit, le cas échéant » (art. 10(2) LCSSF).

Si le fournisseur de SSF ne respecte pas les règles imposées à l'article 10 de la LCSSF, le consommateur est en droit de résilier son contrat et d'obtenir un remboursement total, et ce, dans un délai d'un an à partir de sa conclusion (art.11(1) LCSSF).

### 2.5.3 Manitoba

Au Manitoba, la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>35</sup> (LPC-MA) régit de façon spécifique les contrats de service de téléphonie cellulaire, excluant explicitement les contrats de service prépayés (art. 181(3) LPC-MA). Pour les services postpayés, le contrat doit être écrit et tous les documents constituant le contrat doivent être remis au consommateur avant sa conclusion, avec un délai suffisant pour qu'il puisse l'examiner et poser des questions avant d'être invité à le signer (183(1) et (2) LPC-MA). Évidemment, le consommateur doit aussi se voir remettre une copie après la signature (art. 183(3) LPC-MA).

Le législateur indique tous les éléments qui doivent obligatoirement figurer, de façon claire et intelligible, sur les premières pages du contrat, soit : noms et coordonnées des parties, date et lieu du contrat, durée, coût mensuel et liste détaillée de tous les frais inclus, nature des services, tarifs pour les utilisations supplémentaires, nature des autres droit, frais, pénalités, etc., caractéristiques des téléphones fournis gratuitement avec le contrat par le fournisseur, manière dont le consommateur peut résilier le contrat, nature des garanties, s'il y a lieu, manière dont le client peut communiquer avec le service à la clientèle, etc. (art. 185 LPC-MA).

La *Loi sur la protection du consommateur* prévoit aussi un encadrement des cartes prépayées, soit tout « dispositif ayant une valeur monétaire qui est délivré ou vendu en contrepartie de l'achat, de la livraison ou de la fourniture à venir d'objets ou de services » (art. 170 LPC-MA). Comme au Québec, la Loi interdit les dates d'expiration (art. 170 LPC-MA), mais le règlement exempte de l'application de cet article les cartes « qui sont émises ou vendues à l'égard d'un objet ou d'un service déterminé » (art. 4(1) du Règlement sur les cartes prépayées<sup>36</sup>).

---

<sup>35</sup> *Loi sur la protection du consommateur*, C.P.L.M. c. C200, gouvernement du Manitoba, Winnipeg, Manitoba, Canada, mise à jour 19 juin 2015. [En ligne] <https://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/ccsm/c200f.php> (page consultée le 20 juin 2015).

<sup>36</sup> *Règlement sur les cartes prépayées*, Règl. du Man 98/2007, The Canadian Legal Information Institute, Ottawa, Ontario, Canada, 2007. [En ligne] <http://canlii.ca/t/69fvt>, (page consultée le 5 mai 2015).

Lors de la vente de telles cartes, le commerçant doit porter à l'attention du consommateur des renseignements clairs et compréhensibles sur :

- a) toutes les restrictions et les conditions qu'il impose relativement à l'utilisation de la carte, y compris les frais permis ou la date d'expiration;
- b) la marche à suivre pour l'obtention de renseignements concernant la carte, y compris le solde<sup>37</sup>.

## 2.5.4 Nouvelle-Écosse

La *Consumer Protection Act*<sup>38</sup> (CPA) prévoit un encadrement spécifique pour les services de téléphonie cellulaire (art. 25K et s. CPA), mais qui ne s'applique cependant pas aux services prépayés (art. 25L(3) CPA).

Le contrat de cellulaire postpayé conclu en personne doit être constaté par écrit et le commerçant doit remettre au consommateur, avant sa conclusion, copie de tous les documents qui constituent le contrat, et lui laisser le temps de les réviser avant de l'accepter. Aussitôt le contrat conclu, une copie de tous les documents qui constituent le contrat doit être remise au consommateur (art. 25N CPA). Quant au contenu du contrat, la CPA dispose que l'information suivante doit être présentée en évidence, au tout début, de manière claire et compréhensible : les noms et coordonnées des parties, la date du contrat et le lieu de sa conclusion, la date d'expiration, le paiement minimal par mois, une description des services de base (incluant les restrictions de tout type et la manière dont le consommateur peut obtenir plus de renseignements sur les services, leurs coûts et les restrictions applicables), le prix pour des suppléments, une description des frais tels que les pénalités, intérêts et autres, une description des appareils cellulaires fournis avec le contrat par le commerçant, la manière dont le consommateur peut mettre fin au contrat, les renseignements sur la garantie lorsqu'il y a lieu, etc. (art. 25P CPA).

---

<sup>37</sup> *Idem*, art. 3(1).

<sup>38</sup> *Consumer Protection Act*, R.S.N.S. 1989, c 92, gouvernement de la Nouvelle-Écosse, Halifax, Nouvelle-Écosse, Canada, 2013. [En ligne] <http://nslegislature.ca/legc/statutes/consumer%20protection.pdf> (document consulté le 5 mai 2015).

La Nouvelle-Écosse a adopté un règlement intitulé *Cellular Telephone Contracts Regulations*<sup>39</sup> (CTCR), qui précise comment les renseignements doivent être communiqués quand le contrat n'est pas conclu en personne (art. 4 de CTCR) :

*Before a contract not made in person is entered into, a supplier must, at no additional cost to the prospective customer,*

- (a) give or make available to the prospective customer*
  - i) the information required to be set out in the contract under clauses 25P(1)(a) to (r) of the Act, and*
  - ii) in the case of a contract made over the Internet, copies of all documents that comprise the contract; and*
- (b) give the prospective customer a reasonable opportunity to review the information provided under clause (a) and to ask and receive answers to any questions the customer may have, before requesting that the customer enter into the contract.*

## 2.5.5 Terre-Neuve et Labrador

La *Consumer Protection and Business Practices Act*<sup>40</sup> (CPBPA) réglemente elle aussi les contrats de service fourni à distance (art. 35.1 et s.). En vertu de ces dispositions, le commerçant a l'obligation de divulguer au consommateur l'information suivante : son nom et ses coordonnées, la date et lieu du contrat, une description détaillée de chaque service offert, le prix mensuel du service de base et des services optionnels, le prix mensuel total, les restrictions applicables au service, la manière d'obtenir plus d'information sur les frais des services qui ne sont pas inclus au contrat, la date de péremption du contrat, les circonstances qui permettent au consommateur d'annuler son contrat, l'information sur la garantie, lorsqu'il y a lieu, les frais pour dépassement de la limite d'utilisation, etc. (art. 35.2 CPBPA). La loi ne précise cependant pas le moment où ces renseignements doivent être donnés au consommateur. En outre, le contrat doit être clair et concis et une copie papier doit être remise au consommateur, à moins que le contrat n'ait été conclu à distance (art. 35.3 CPBPA).

## 2.5.6 Contrats conclus à distance

Les cinq provinces dont nous avons survolé les lois ont aussi prévu des règles spécifiques pour encadrer les contrats conclus à distance. Au Québec et à Terre-Neuve et Labrador, les lois de protection du consommateur réglementent tous les types de contrats à distance, qu'ils soient conclus sur Internet ou autrement, avec les mêmes dispositions. En Ontario, le législateur a aussi choisi de réglementer tous ces types de contrats, mais il a séparé les dispositions qui s'appliquent aux contrats conclus sur Internet de celles qui sont applicables à d'autres modes d'achat à distance. Au Manitoba et en Nouvelle-Écosse, les législateurs ont uniquement réglementé les contrats à distance conclus par Internet<sup>41</sup>. Étant donné que cela constitue le

---

<sup>39</sup> *Cellular Telephone Contracts Regulations*, NS Reg. 36/2013, The Canadian Legal Information Institute, Ottawa, Ontario, Canada, 2013. [En ligne] <http://canlii.ca/t/52181> (page consultée le 5 mai 2015).

<sup>40</sup> *Consumer Protection and Business Practices Act*, SNL2009 ch. C-31.1, gouvernement de Terre-Neuve et Labrador, St-John, Terre-Neuve, Canada, 2009. [En ligne] <http://assembly.nl.ca/legislation/sr/statutes/c31-1.htm> (page consultée le 5 mai 2015).

<sup>41</sup> Pour une étude plus approfondie des encadrements des contrats à distance au Canada, voir :

point commun des législations de ces cinq provinces, nous nous attarderons ici uniquement à l'encadrement des contrats conclus sur Internet.

Rappelons que la Nouvelle-Écosse réglemente expressément les contrats conclus par Internet en matière de SSF<sup>42</sup>.

Les encadrements mis en place par les différentes provinces sont, sinon identiques, du moins largement équivalents. Parmi les dispositions que ces encadrements ont en commun, on retrouve l'obligation de divulgation précontractuelle d'un certain nombre de renseignements (certaines provinces ayant ajouté certains éléments à cette liste) :

- *Nom du commerçant et nom sous lequel il exploite son entreprise, s'il diffère;*
- *Adresse de l'entreprise et l'adresse postale du commerçant, si elle diffère;*
- *Numéro de téléphone et s'il y a lieu, de télécopieur et de courriel;*
- *Description des biens/services vendus, incluant toutes les exigences ou spécifications techniques;*
- *Liste détaillée des prix, y compris les frais connexes (frais d'expédition et taxes);*
- *Frais supplémentaires susceptibles d'être ajoutés au prix du produit, ou description de ces frais, si le commerçant ne peut établir le montant;*
- *Montant total du contrat ou montant des versements périodiques;*
- *Clauses, conditions, modes et modalités de paiement;*
- *Données sur la livraison (date, identité du transporteur, mode et lieu de livraison);*
- *Politiques d'annulation, retour, échange et remboursement, s'il y a lieu;*
- *Toutes restrictions/conditions/limitations susceptibles de s'appliquer à l'achat.*

En Ontario et en Nouvelle-Écosse, les dispositions qui portent sur les contrats à distance ne s'appliquent que si l'achat a une valeur de 50 \$ et plus<sup>43</sup>. Cette exclusion pourrait bien avoir pour conséquence que ces règles sur le contrat à distance ne s'appliquent pas au contrat de service sans fil prépayé : en effet, on trouve des offres de prépayé à partir de 15 \$.

## 2.5.7 Pratiques interdites par les lois provinciales

Les lois provinciales de protection du consommateur (LPPC) prévoient en outre des dispositions d'application générale qui interdisent certaines pratiques, et qui s'appliquent aussi aux contrats de SSF. Ces dispositions ont été adoptées en vue d'équilibrer les forces entre les commerçants et les consommateurs et tentent d'assurer que le consommateur dispose d'une information véridique afin qu'il puisse prendre une décision éclairée lors des achats qu'il effectue.

Sont donc visées expressément certaines pratiques que les législateurs qualifient d'*interdites* ou d'*injustes (unfair practices)*. Les pratiques que les législateurs ont choisi d'interdire sont fort

---

**DELAPETA I.** *La réglementation des contrats à distance : le temps d'un bilan*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, juin 2014, 194 pages. Voir p. 27. [En ligne]

<http://uniondesconsommateurs.ca/docu/rapports2014/04-Contrats-a-distance-f.pdf>

<sup>42</sup> *Internet Sales Contract Regulations*, NS Reg 91/2002, The Canadian Legal Information Institute, Ottawa, 2002. [En ligne] <http://canlii.ca/t/jmpc> (page consultée le 5 mai 2015).

<sup>43</sup> *Op. Cit.*, Note 41, **DELAPETA, I.**, *La réglementation des contrats à distance*.

similaires à travers les provinces ; sur certains plans, notamment en matière de recours, le Québec se démarque en créant une présomption selon laquelle le consommateur n'aurait pas contracté ou pas pour un prix aussi élevé, s'il avait su que le commerçant avait recours à une pratique interdite (art. 253 LPC).

**a) *Interdiction d'exiger un prix supérieur au prix annoncé***

Les consommateurs qui font face aux problèmes liés aux frais mensuels (par exemple des frais plus élevés ou encore non conformes à l'information divulguée lors de la signature du contrat) – 20 % des répondants à notre sondage déclarent avoir fait face à ce type de problème – sont peut-être victimes de pratiques interdites. D'une part, comme nous le mentionnions précédemment, la loi prévoit que le service doit être conforme à la description qui en est faite au contrat; des différences sur des éléments aussi essentiels que les frais mensuels constitueraient sans aucun doute une violation. La loi québécoise prévoit de plus (art. 224(c) LPC) qu'il est interdit au commerçant d'exiger un montant supérieur à celui qui était annoncé.

**b) *Les représentations fausses et trompeuses***

S'appuyant sur la présomption de bonne foi en matière contractuelle, les législateurs disposent que les commerçants ne doivent en aucun cas faire aux consommateurs des représentations fausses, trompeuses, abusives ou déloyales, par quelque moyen que ce soit (au Québec, par exemple : art. 219 LPC). La LPC du Québec souligne que toute affirmation, tout comportement ou toute omission peut constituer une représentation (art. 216 LPC) et que, « pour déterminer si une représentation constitue une pratique interdite, il faut tenir compte de l'impression générale qu'elle donne et, s'il y a lieu, du sens littéral des termes qui y sont employés » (art. 218 LPC).

En Ontario, province de common law, sont des pratiques déloyales les assertions (affirmation, déclaration, offre, demande ou proposition) fausses, trompeuses, mensongères ou abusives, les (art. 14(1), 15(1), 17(1) LPC-ONT).

**c) *L'omission d'un fait important***

Au Québec, le législateur dispose expressément qu'«[a]ucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, dans une représentation qu'il fait à un consommateur, passer sous silence un fait important.» (art. 228 LPC).

Si les provinces de common law ne prévoient pas de disposition particulière à cet effet, c'est souvent, comme en Ontario, par exemple, parce que les silences font partie des assertions fausses, trompeuses ou mensongères auxquelles est susceptible de se livrer le commerçant de qui émanent « une exagération, une insinuation ou une ambiguïté concernant un fait important ou qui le passe sous silence, alors que l'assertion qui la contient induit ou tend à induire le consommateur en erreur. » (art. 14(2) 14) LPC-ONT).

## 2.6 Au niveau fédéral – Le Code sur les services sans fil

À l'été 2013, le Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC ou Conseil) a rendu une décision par laquelle il créait un *Code sur les services sans fil*, « pour que les consommateurs des services vocaux et de données sans fil mobiles de détail (services sans fil) connaissent mieux leurs droits et leurs obligations associés à leur contrat avec les fournisseurs de services sans fil (les fournisseurs de services)<sup>44</sup>. »

Entré en vigueur le 2 décembre 2013, le Code s'applique à tous les services sans fil (SSF) et tous les fournisseurs de services (FSSF) doivent s'y conformer. Cependant, plusieurs de ses dispositions ne s'appliquent qu'aux SSF postpayés ; les commerçants qui vendent des SSF prépayés se voient donc imposer moins d'obligations en matière de divulgation de renseignements que lorsqu'ils vendent des SSF postpayés. C'est d'ailleurs, tel qu'il ressort de l'étude de la décision, ce que préconisaient les fournisseurs de SSF<sup>45</sup>.

Quelles sont les obligations que les fournisseurs de SSF doivent respecter en matière de divulgation d'information? Quel est l'impact sur les consommateurs qui achètent des services prépayés de cette différence de traitement entre les SSF prépayés et les postpayés?

### 2.6.1 Exigences applicables à tous les types de contrats de SSF

Le Code canadien impose aux fournisseurs de « communiquer avec les clients en utilisant un langage simple » et souligne que les contrats écrits, ainsi que tous les documents l'accompagnant, doivent être « rédigés dans un langage clair que les clients peuvent facilement lire et comprendre » (partie A.1). Cette obligation découle de la constatation par le Conseil que « la confusion qui entoure les modalités des contrats représente une source de frustration importante pour les consommateurs [...] ; les clients continuent d'être étonnés par des éléments de leur contrat qu'ils ne connaissaient pas parce que ces renseignements étaient cachés dans des passages en petits caractères, étaient énoncés dans un document séparé ou n'avaient pas été portés à leur attention<sup>46</sup>. » Le CRTC ne donne pas de détails sur ce qu'il entend précisément par « langage clair ». Il indique par contre que :

*[...] pour faciliter la compréhension par les consommateurs de leur contrat avec les FSSF, tous les contrats écrits de services sans fil doivent contenir certains renseignements [qui] devraient inclure à tout le moins: (i) le moment où des frais supplémentaires s'appliquent aux clients et la manière dont ils sont appliqués; (ii) les limites associées aux services; (iii) la façon de modifier les services; (iv) les dispositions concernant le règlement des différends; (v) les options qui s'offrent à eux s'ils ne sont pas satisfaits de leurs services<sup>47</sup>.*

---

<sup>44</sup> *Op. Cit.*, Note 1, CRTC, *Code sur les services sans fil*.

<sup>45</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271 - Le Code sur les services sans fil*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 3 juin 2013. Voir par. 22. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-271.pdf> (document consulté le 5 août 2014).

<sup>46</sup> *Idem*, par. 43 et 44.

<sup>47</sup> *Idem*, par. 45.

Le Conseil indique ce que doit contenir le contrat écrit, mais il n'impose pas explicitement dans le Code l'obligation d'avoir un contrat écrit dans tous les cas, mais pour les contrats postpayés seulement.

Le CRTC souligne en effet que :

*Compte tenu des différents modèles d'affaires visant les services prépayés, y compris la diminution du risque de factures-surprises et la nature transactionnelle des services, le Conseil estime que les renseignements mentionnés ci-dessus peuvent être fournis de manière plus concise et moins officielle que dans le cas des services postpayés<sup>48</sup>.*

## 2.6.2 Contrats de service postpayés vs prépayés

En vertu de l'article A.1 (ii) du Code, le FSSF doit s'assurer que ses contrats écrits sont rédigés dans un langage clair. Le contrat de prépayé, s'il n'est pas constaté par écrit, échappera donc à cette obligation de clarté.

L'article A.2 du Code, qui s'applique à tous les SSF, indique que les fournisseurs doivent clairement présenter le prix des services (et indiquer s'il inclut les taxes) dans le contrat.

L'article B.1 exige des FSSF qu'ils fournissent, dans le cas des contrats postpayés, une copie permanente qui doit présenter clairement tous les éléments que prévoit cette disposition. Pour les SSF prépayés, le Code prévoit dans une section à part, soit B.2, les quelques renseignements obligatoires.

Le Code prévoit expressément que le fournisseur de services postpayés doit fournir au client une copie permanente du contrat et des documents connexes, et impose en outre de fournir au client un résumé des renseignements essentiels du contrat. Ces obligations ne s'appliquent pas au fournisseur de services prépayés.

### a) Copie permanente du contrat

Le fournisseur de services doit ainsi fournir au consommateur une *copie permanente* du contrat et des documents connexes dès que le client consent au contrat (s'il est conclu en personne) ou dans les 15 jours suivant son acceptation (s'il est conclu à distance) ou en tout temps, sur demande – cette dernière obligation étant limitée aux services postpayés. Le CRTC, avec pour seule explication « la nature des services de cartes prépayées » a estimé qu'il n'était pas nécessaire d'exiger des FSSF prépayés de fournir sur demande une copie papier du contrat<sup>49</sup>.

Le défaut par le commerçant de remettre cette copie permanente au moment de la conclusion du contrat, ou la remise d'une copie où les modalités diffèrent de celles qui ont été acceptées

---

<sup>48</sup> *Idem*, par. 46.

<sup>49</sup> *Idem*, par. 52.

donnent au consommateur le droit d'annuler le contrat dans les 30 jours<sup>50</sup>, sans frais ou pénalité.

La copie permanente doit être sous forme papier, à moins que le consommateur n'en décide autrement.

La décision d'adopter cette mesure a été motivée par le fait qu'une copie permanente du contrat permet au consommateur de disposer d'une *preuve des modalités du contrat qui ont été convenues, ce qui pourra lui être utile en cas de litige.*

*[...] Le Conseil prend aussi note du fait que des éléments de preuve déposés au dossier de l'instance indiquent que les FSSF ne conservent pas nécessairement toujours une copie des contrats conclus avec les consommateurs. Les règles exigeant que les FSSF conservent une copie permanente du contrat et la remettent aux consommateurs sur demande permettront de s'assurer que les consommateurs disposent de l'information nécessaire pour bien comprendre leur contrat et défendre leur position en cas de différend lié aux services. Les FSSF doivent conserver une copie des contrats écrits de leurs clients pendant toute la durée de la période d'engagement, de sorte que le contrat puisse être fourni aux clients ou au CPRST en cas de différend<sup>51</sup>.*

Alors que le consommateur de service prépayé est susceptible d'avoir ces mêmes besoins de protection, on se rappellera que cette dernière obligation ne s'applique qu'aux SSF postpayés.

## **b) Contenu**

Le CRTC a établi une liste des renseignements qui doivent obligatoirement se retrouver dans un contrat de SSF postpayés (B.1). Pour ce qui est des principales modalités du contrat, notamment : les services inclus et leurs limites d'utilisation qui pourraient entraîner des frais de dépassement ; le montant des frais mensuels minimaux ; la période du contrat et la date de fin ; etc. Sous la rubrique « Autres aspects du contrat » : la description des documents connexes ; la liste complète des frais ponctuels ; les frais des services facultatifs ; une indication selon laquelle le contrat sera ou pas prolongé automatiquement, ainsi que, s'il y a lieu, la date pertinente ; la manière de se renseigner sur certains items (les frais facultatifs et payables à l'utilisation, les outils pour gérer sa facture et surveiller son utilisation, la zone de couverture du service, la manière de communiquer avec le service à la clientèle et de porter plainte et/ou communiquer avec le *Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications inc.* (CPRST), le Code sur les services sans fil).

---

<sup>50</sup> Le Code fixe un délai de 30 jours « suivant la réception de la copie permanente du contrat » ; on comprendra que la computation de ce délai sera difficile si le défaut que l'on reproche au fournisseur est justement de n'avoir pas envoyé cette copie.

<sup>51</sup> *Op. Cit.*, Note 45, **CRTC**, *Politique réglementaire 2013-271*, par. 49.

La liste des renseignements à divulgation obligatoire est allégée considérablement lors de la conclusion de contrat de prépayés (B.2):

- i. Le fournisseur de services doit informer le client des conditions et des frais qui s'appliquent au solde des services prépayés.
- ii. Le fournisseur de services doit expliquer au client comment il peut :
  - a. vérifier son solde d'utilisation;
  - b. communiquer avec le service à la clientèle du fournisseur de services;
  - c. porter plainte au sujet du service, y compris comment communiquer avec le CPRST.
- iii. Le fournisseur de services doit fournir ces renseignements séparément s'ils ne figurent pas sur la carte prépayée ou dans le contrat écrit.

Le choix quant à la façon de fournir ces renseignements est donc laissé aux fournisseurs, tout comme semble l'être le moment de leur divulgation.

### **c) Résumé des renseignements essentiels**

Pour les contrats de SSF postpayés, le CRTC a adopté, relativement à la proposition avancée par les groupes de consommateurs, une disposition qui offre une protection accrue en permettant la transmission de renseignements plus clairement encore.

*68. Les exigences décrites ci-dessus aux paragraphes 53 et 61, portant sur le contenu et la clarté des contrats, sont pertinentes, mais ne constituent pas une mesure suffisante pour garantir que les consommateurs disposent de renseignements clairs et concis sur certains aspects importants de leurs services sans fil.*

*69. L'exigence de fournir un résumé des renseignements essentiels, c'est-à-dire un résumé d'une ou deux pages du contrat, aiderait grandement les consommateurs à comprendre rapidement les aspects fondamentaux de leur contrat. Cependant, la manière dont on obtient le contrat de bon nombre de services prépayés aurait pour effet de limiter les avantages associés à un résumé des renseignements essentiels. De plus, une grande partie du contenu du résumé ne s'appliquerait pas aux services prépayés.*

*70. Le Conseil estime que le résumé des renseignements essentiels doit être rédigé en langage clair et contenir au moins les renseignements suivants : (i) une description complète de toutes les principales modalités du contrat, énumérées aux sections a) à e) du paragraphe 58 ci-dessus; (ii) les frais mensuels totaux du service; (iii) les renseignements sur tous les frais ponctuels et les frais additionnels; (iv) les renseignements sur la marche à suivre pour communiquer avec le service à la clientèle du FSSF et la procédure pour déposer une plainte auprès du CPRST.*

*71. Le Conseil estime que le résumé des renseignements essentiels doit être fourni aux clients en même temps que la copie permanente du contrat, en tenant compte des cas où le contrat est conclu à distance [...]<sup>52</sup>.*

---

<sup>52</sup> Op. Cit., Note 45, CRTC, Politique réglementaire 2013-271.

Une telle obligation pour les fournisseurs de fournir un résumé des renseignements essentiels s'est donc retrouvée au Code (C.1). Le contenu du résumé doit bien sûr correspondre exactement au contrat, il peut être présenté dans un document distinct ou dans les deux premières pages du contrat, d'une manière évidente, claire et concise et « rédigé dans une police de caractères facile à lire ».

Les fournisseurs ayant fait des représentations selon lesquelles la majeure partie des renseignements que les parties avaient proposé d'inclure dans le résumé du contrat ne s'appliquerait pas aux clients de services prépayés, qu'une telle obligation « ne serait tout simplement pas pratique » dans le cas des prépayés et qu'elle serait coûteuse, le Conseil a décidé de ne pas l'imposer aux prépayés, encourageant toutefois les fournisseurs à fournir tel résumé, dans la mesure du possible, et « particulièrement dans le cas des contrats conclus en personne »<sup>53</sup>.

### **2.6.3 Conclusion**

Suite à l'analyse qui précède, on constate aisément que les lois provinciales, en ne faisant généralement aucune différence entre les droits que se voient conférer les consommateurs de SSF postpayés et ceux des prépayés, offrent, pour la plupart, de meilleures protections aux consommateurs de SSF prépayés que ne le fait le Code. Le Québec, l'Ontario et Terre-Neuve et Labrador exigent par exemple que les contrats soient constatés par écrit et incluent des renseignements précis. Des copies de contrats doivent également être envoyées aux consommateurs de plusieurs provinces en cas de conclusion d'un tel contrat à distance<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> *Idem*, par. 76.

<sup>54</sup> Pour plus de détails, voir la section 2.5 du présent rapport.

### 3. Enquête terrain auprès des fournisseurs et vendeurs de SSF prépayés

---

Après avoir étudié les obligations auxquelles sont soumis les fournisseurs en matière de divulgation de renseignements lors de la vente des SSF prépayés, nous avons mené une enquête terrain auprès de certains fournisseurs/vendeurs de ce type de services, afin de vérifier comment se manifeste sur le terrain cette divulgation.

Le but de l'enquête terrain était de vérifier de quelle façon et à quel moment les contrats et leurs conditions sont divulgués aux consommateurs et dans quelle mesure ils respectent le cadre légal et réglementaire actuel. Ces démarches ont permis de vérifier si les moyens pris par les FSSF pour se conformer à leurs obligations légales et réglementaires sont les plus appropriés pour protéger les consommateurs.

Nous avons également étudié brièvement les rapports de conformité que les FSSF canadiens ont soumis au CRTC après l'entrée en vigueur du Code canadien et les avons comparés avec les résultats de notre enquête terrain.

#### 3.1 Rapports de conformité soumis par les FSSF au CRTC

Nous avons brièvement procédé à l'étude des rapports de conformité au Code ordonnés par le CRTC<sup>55</sup> et soumis par les FSSF canadiens en janvier 2014<sup>56</sup>. Il est important de noter que ces rapports ne sont pas le fruit d'une enquête externe, les FSSF ayant plutôt répondu à un questionnaire qui leur a été envoyé par le CRTC. Nous nous sommes attardé sur les rapports soumis par les fournisseurs qui ont également fait l'objet de notre enquête terrain, soit ceux qui fournissent des SSF prépayés à Montréal : Bell Mobilité (et Virgin Mobile), Telus (et Koodo), et Rogers (et Fido et Chatr)<sup>57</sup>.

Tous les fournisseurs dont nous avons examiné les rapports de conformité ont affirmé qu'ils se conformaient intégralement aux sections du Code qui trouvent application lors de la fourniture des SSF prépayés. Ils affirment que les documents fournis aux consommateurs sont clairs et écrits dans un langage simple, et que le prix est lui aussi indiqué de manière claire. La plupart ont indiqué que le consommateur avait accès aux documents qui constituent le contrat conclu avec eux (en l'espèce, les Modalités de service – plusieurs fournisseurs indiquent au CRTC dans leurs rapports de conformité que les Modalités de service tiennent lieu de contrat, en matière de prépayé), soit en ligne, soit en magasin. Certains ont affirmé qu'il n'y avait pas eu

---

<sup>55</sup> *Op. Cit.*, Note 45, CRTC, *Politique réglementaire 2013-271*, par. 396.

<sup>56</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. « Rapports de conformité », dans *Documents connexes*, numéro de dossier 2012-557, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 2012. [En ligne] <https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?Lang=fra&YA=2012&S=C&PA=t&PT=nc&PST=a#2012-557> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>57</sup> Nous n'avons cependant pas trouvé le rapport de conformité de Petro-Canada Mobilité en ligne sur le site du CRTC.

lieu d'apporter de changements à leurs contrats suite à l'adoption du Code, puisqu'ils appliquaient déjà les pratiques que le Code a rendues obligatoires.

**Tableau 4**  
**CRTC, Code sur les services sans fil :**  
**Fiche de rendement de la mise en application<sup>58</sup>**

Fiche de rendement	
<b>A. Clarté</b>	
1. Langage simple	✓
2. Prix	✓
3. Services illimités	✓
<b>B. Contrats et documents connexes</b>	
1. Contrats de services postpayés	✓
2. Contrats de services prépayés	✓

**Légende**

✓ les fournisseurs des services ont mis en œuvre les dispositions du Code.

Cependant, il y a lieu de se questionner sur les déclarations que font les FSSF dans leurs rapports de conformité.

En octobre 2014, soit environ huit mois après que Rogers ait déposé au CRTC sa déclaration de conformité, l'émission *La Facture* a mené une étude sur ses *Modalités de service, politique d'utilisation acceptable et politique de confidentialité de Rogers*. Ce document, qui constitue le contrat de Rogers avec les consommateurs qui adhèrent à ses SSF, a été soumis à un groupe d'étudiants en droit de l'Université de Montréal afin qu'ils en évaluent la lisibilité. Les résultats ont été assez probants :

*Les étudiants avaient une heure pour lire un contrat de téléphonie mobile de Rogers, puis une autre heure, le document en main, pour compléter un questionnaire établi par Option consommateurs et Me Marie Annik Grégoire, leur professeure en droit de la consommation, qui a ensuite corrigé le test.*

*Les résultats sont consternants : une moyenne de 57,5 %. Les jeunes étudiants ont tous été surpris de la difficulté qu'ils ont eue à comprendre le contrat<sup>59</sup>.*

<sup>58</sup> **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**. *Code sur les services sans fil : Fiche de rendement de la mise en application*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 18 septembre 2014. [En ligne] <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp140918.htm> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>59</sup> **ROSSIGNOL, Agnès**. « Des étudiants en droit à la télé », Droit inc., Montréal, Québec, Canada, 17 octobre 2014. [En ligne] <http://www.droit-inc.com/article13823-Des-etudiants-en-droit-a-la-tele> (page consultée le 15 mai 2015).

Parmi les commentaires que ces étudiants ont faits relativement à cette enquête, on retrouve ce qui suit :

*« Même si l'on comprend au début, à la fin on ne se souvient plus de ce qu'on a lu. Malgré notre formation et le fait que nous soyons parmi les meilleurs dans le cours de droit des obligations, nous comprenons à peine la moitié du contrat. »*

[...]

*Pour eux, les contrats de consommation ne sont pas faits pour être lus.*

*« J'ai mis une heure à lire le contrat, c'est impossible de le faire dans un magasin. Les clauses illégales sont incluses pour faire peur au client et le dissuader d'aller en cour »*

Les étudiants soulignent de plus que le contrat est incompréhensible. La professeure Marie Annick Grégoire, docteure en droit, affirmait lors de cette enquête avoir mis plusieurs heures avant de pouvoir affirmer le comprendre<sup>60</sup>.

Si ces étudiants en deuxième année de droit et leur professeure ont de la difficulté à comprendre le contrat, comment Rogers peut-il sérieusement affirmer que ses contrats répondent aux exigences de clarté et de lisibilité du Code ? Il y a fort à parier que le consommateur moyen ne doit pas y comprendre grand-chose.

La Facture a par la suite contacté Rogers pour une entrevue en lien avec cette enquête. Rogers a refusé d'accorder cette entrevue devant la caméra, mais a cependant reconnu, par écrit, que la lecture de certains contrats peut certes se révéler complexe; l'entreprise a de plus affirmé à ce moment-là qu'elle était justement en train de modifier son « contrat de modalités de services » en vue de le simplifier et affirme estimer « qu'il est très important que ses contrats soient tous lus et compris par ses clients<sup>61</sup>.»

Qu'en est-il aujourd'hui? Les FSSF se conforment-ils aussi bien qu'ils semblent le croire à toutes les exigences du Code?

---

<sup>60</sup> Ces renseignements sont tirés d'une vidéo disponible en ligne sur le site de Radio-Canada. Voir : **CRAIG, Pierre**. «Ces contrats qu'on ne lit pas», La facture, Radio-Canada, Montréal, Québec, Canada, 7 octobre 2014. [En ligne] <http://ici.radio-canada.ca/tele/la-facture/2014-2015/segments/reportage/247/contrat-clause-incomprehension-signature-test-etudiant?isAutoPlay=1> (vidéo visionnée le 15 mai 2015).

<sup>61</sup> *Idem*.

## 3.2 Méthodologie de l'enquête terrain

Suite à notre étude du Code canadien, nous avons dressé une liste de questions qu'il nous a semblé pertinent de poser lors de l'achat de SSF prépayés.

Nous avons procédé à la conclusion de contrats pour 22 services sans fil (SSF) prépayés afin de vérifier par nous-mêmes le contenu et le mode de transmission des renseignements lors d'une telle opération par un consommateur, en variant, parmi ceux qui sont proposés pour le prépayé, les modes de conclusion que nous allions utiliser, et ce, afin d'obtenir un portrait aussi varié que possible, tant des entreprises qui offrent ces types de services que des modes de conclusions des contrats.

Les ententes que nous avons envisagé de conclure étaient les suivantes :

- huit ententes de services prépayés en ligne auprès de Bell, Fido, Virgin Mobile, Chatr, Koodo, PC Mobile, Petro-Canada Mobilité et Telus;
- huit ententes de services prépayés par téléphone auprès de Bell, Fido, Virgin Mobile, Chatr, Koodo, PC Mobile, Petro-Canada Mobilité et Rogers ;
- quatre ententes de services prépayés dans des kiosques de Bell, Fido, Virgin Mobile et Telus ;
- deux ententes dans les commerces de détail à Montréal : Chatr et Rogers.

Nous verrons plus loin que tout n'a pu être réalisé suivant notre projet initial.

**Tableau 5**  
**Achats effectués dans le cadre de notre enquête terrain**

ENTREPRISES		Bell	Fido	Virgin Mobile	Chatr	Koodo	PC Mobile	Petro-Canada Mobilité	Rogers	Telus
En ligne		X	X	X	X	X	X	X		X
Par téléphone		X	X	X	X	X	X	X	X	
En personne	Kiosques	X	X	X					X	
	Commerces au détail				X			X		

Les éléments particuliers sur lesquels nous voulions rechercher de l'information et le moment de la divulgation de cette information au cours du processus d'achat étaient : le prix de la carte SIM, l'existence des frais d'activation, la possibilité d'activer la carte sans obligation de procéder à l'achat d'un forfait, l'existence d'un document qui consigne le contrat, le mode de paiement du service acheté, le prix du service, les conditions et les frais s'appliquant au solde, la façon de vérifier ce solde, les moyens de communiquer avec le service à la clientèle et de porter plainte au CPRST, la possibilité de frais additionnels, la possibilité de dépassement des montants prépayés et, le cas échéant, les modes de facturation et de paiement. Nous voulions aussi vérifier si une copie du contrat de service et des documents connexes était remise systématiquement.

**a) Comment procède-t-on à l'achat d'un SSF au Canada?**

Afin de pouvoir utiliser un SSF prépayé, le consommateur doit bien évidemment posséder un téléphone cellulaire. S'il doit s'en procurer un, il devra vraisemblablement le payer au complet. Pour effectuer notre enquête terrain, nous avons donc dû nous procurer un cellulaire déverrouillé (puisque nous voulions l'utiliser chez plusieurs fournisseurs). Par la suite, nous avons dû acheter des cartes SIM, soit des cartes à puce permettant d'avoir accès au réseau du fournisseur qui la vend. Ces cartes SIM sont émises par les FSSF, à leur nom, et ne sont utilisables que pour l'accès à leur propre service.

*La carte SIM (Subscriber Identity Module) désigne la puce insérée dans les terminaux mobiles (téléphones portables y compris « smartphones », tablettes, etc.) pour accéder au réseau. Elle permet en effet d'identifier personnellement l'utilisateur et d'enregistrer toutes les informations relatives au réseau de l'opérateur auquel celui-ci est abonné<sup>62</sup>.*

Ces cartes SIM sont toujours présentées pour la vente dans une *carte de support*, sur laquelle sont indiqués le nom du fournisseur ainsi qu'un numéro d'identification de 16 chiffres. Le prix des cartes SIM que nous nous sommes procurées se situait entre 5 \$ et 23 \$, dépendamment du fournisseur<sup>63</sup>.

Les cartes SIM peuvent être commandées en ligne et/ou par téléphone, mais le consommateur doit alors attendre 3 à 5 jours en général pour la recevoir. Nous avons donc opté pour l'achat des cartes directement en magasin (soit chez les fournisseurs de SSF même, soit chez de grands détaillants). Le mode d'achat des cartes SIM n'a aucune incidence, en ce qui concerne notre enquête, qui ne vise à étudier la divulgation de l'information que pour l'achat de services prépayés, celui de la carte SIM n'étant qu'un prérequis – ce n'est que lors de son activation que nous pourrions considérer que notre enquête commence. Cela, bien sûr, sous réserve des renseignements sur le service qui sont susceptibles d'être communiqués au moment de l'acquisition de la carte SIM ou sur la carte elle-même ou sur son emballage.

Après avoir acheté ces cartes, nous avons dû les activer (par Internet, par téléphone ou en personne) auprès des FSSF qui nous les ont vendues. Un numéro de téléphone nous a été attribué lors de l'activation de chaque carte SIM. Par la suite, nous devons, bien entendu, choisir un forfait/des services payables à l'utilisation.

Donc, l'achat des services prépayés comporte trois étapes distinctes: l'achat de la carte SIM, puis l'activation, et ensuite le choix du forfait/des services payables à l'utilisation, qui constitue le contrat de service de prépayé. Afin de pouvoir utiliser le service et d'effectuer/recevoir des appels et autres, nous devons approvisionner le compte client que nous avons auprès de chaque fournisseur. Par exemple, si nous avons choisi, lors de l'activation de la carte SIM et l'attribution de notre numéro de téléphone, un forfait nous permettant d'envoyer/recevoir des messages textes illimités (au prix de 15 \$/mois), nous devons, afin de pouvoir utiliser le service,

---

<sup>62</sup> TELECOM-INFOCONSO.FR, *Carte SIM, verrouillage et déverrouillage des terminaux : mode d'emploi* Telecom-Infoconso.fr, Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, Paris, France, 2 mai 2012. [En ligne] <http://www.telecom-infoconso.fr/carte-sim-verrouillage-et-deverrouillage-des-terminaux-mode-demploi> (page consultée le 11 juin 2015).

<sup>63</sup> Cependant, lorsque nous avons indiqué aux préposés de deux fournisseurs que nous souhaitons uniquement acheter la carte SIM pour ensuite l'activer en ligne, ils nous l'ont donnée gratuitement, sans mentionner de raison particulière.

mettre de l'argent dans le compte, soit la somme de 15 \$.

Nous devons mentionner que le but de notre enquête était précisément de vérifier l'information qui est fournie au consommateur lors de l'achat des SSF prépayés, et non pas lors de l'achat de la carte SIM par exemple, mais plutôt à partir du moment de l'activation de cette carte et surtout à partir du moment où le consommateur choisit son forfait.

L'activation du service auprès des fournisseurs nous a permis de vérifier si des documents pouvaient être transmis au consommateur à ce moment, et d'en examiner la teneur (contenu et clarté), le cas échéant.

La moitié des transactions ont été faites pour des services payables à l'utilisation, et la moitié pour des services inclus dans un forfait. Cependant, puisque nous n'avons remarqué aucune différence à ce sujet entre les achats, nous présenterons nos données en confondant ces types de services, afin de ne pas alourdir inutilement la lecture.

Les achats en kiosque ont eu lieu à Montréal seulement.

Signalons immédiatement que nous avons éprouvé des problèmes avec certains achats et que certaines des transactions prévues n'ont pas été conclues. Ces problèmes n'ont cependant pas affecté dramatiquement notre recherche, puisque notre enquête se voulait qualitative, et que, selon ce que nous avons pu observer sur le terrain, les données sont très similaires d'une compagnie à une autre (les différences se manifestant plutôt entre les différents modes d'achat). L'absence partielle de données relativement à l'un des types d'achats n'est pas susceptible d'entraîner quelque conclusion erronée.

Mais d'abord, relatons ici les problèmes rencontrés, qui font état de certaines difficultés que sont susceptibles de rencontrer les consommateurs qui désiraient se procurer des SSF prépayés et que les données disponibles ne révélaient pas jusqu'ici.

#### ***b) Achat en ligne - PC Mobile***

L'achat en ligne dans le cas de PC Mobile se fait en remplissant un formulaire et le soumettant au fournisseur. Par la suite, le consommateur doit attendre de recevoir par courriel la confirmation de l'activation de son service.

Étant donné que nous avons utilisé un appareil cellulaire qui était déjà inscrit chez PC Mobile (pour un service prépayé acheté précédemment), le fournisseur nous a refusé l'activation pour un deuxième numéro. Nous avons alors contacté la compagnie, et on nous a informé qu'un seul numéro peut être activé pour un appareil donné (et, donc, une seule carte SIM peut être utilisée par appareil). Un préposé nous a conseillé de ne pas identifier l'appareil (de remplacer le numéro IMEI de l'appareil par une série constituée uniquement du chiffre 1). Une tentative suivant ces instructions n'a pas été plus fructueuse.

Nous avons effectué une troisième tentative en utilisant le numéro IMEI d'un autre appareil. Cet essai nous a valu la réponse qui suit :

*Nous sommes désolés d'apprendre que vous éprouvez des problèmes. Notre site Web ne permet d'activer que les appareils provenant de notre gamme de produits actuelle, car un seul site Web ne pourrait contenir les modèles plus anciens. Pour activer votre Samsung Galaxy Ace avec PC mobile, veuillez contacter le service des activations de PC mobile en composant 1-877-284-6361. Un agent pourra vous aider sur-le-champ.*

Nos tentatives se sont arrêtées là. Il nous a donc été impossible d'activer le service en ligne auprès de PC Mobile et donc de conclure une entente de SSF prépayés.

**c) Achat par téléphone - Virgin Mobile**

Le service à la clientèle, après nous avoir transféré quatre fois d'un préposé à un autre, a entrepris les démarches d'activation de notre carte SIM et inscrit nos données dans le système. On nous a indiqué que l'activation de la carte pouvait prendre jusqu'à deux heures. Un message texte nous est parvenu 30 minutes plus tard nous informant que le service était activé.

Nous avons immédiatement rappelé pour acheter des minutes. Malgré le fait que, lors des appels précédents, nous ayons expliqué de manière très claire comment nous avions l'intention de procéder, on nous a informé à ce moment que les minutes ne peuvent être achetées qu'à partir d'une carte de crédit établie au nom du détenteur du compte. Ce compte ayant été ouvert sous un nom fictif, il nous a été impossible de compléter l'achat.

**d) Achat en kiosque - Virgin Mobile**

Début mars 2015, nous sommes allé au Complexe les Ailes, à Montréal, pour effectuer un achat de SSF prépayé auprès de Virgin Mobile. Nous avons entamé l'activation avec une préposée à la clientèle, mais, alors que nous en étions à l'étape de la validation, le système a cessé de fonctionner. La préposée nous a alors demandé de revenir un peu plus tard pour tenter à nouveau, ce que nous fîmes. Notre deuxième tentative a également échoué (la préposée nous a informé que le problème était généralisé et touchait tous les kiosques du FSSF). Une troisième tentative, en fin de journée, n'a pas été plus fructueuse. Nous sommes retourné nous adresser à la même préposée le lendemain. De toute évidence, le problème dans le système n'était toujours pas réglé : notre quatrième tentative d'activation de carte SIM a aussi échoué. La préposée nous a alors recommandé de conclure plutôt la transaction par téléphone – elle nous offrait en outre son assistance en cas de problème ou si nous avions des questions au cours de cette procédure. Nous avons décliné son invitation, puisque cet achat devait, dans le cadre de notre recherche, être réalisé entièrement en kiosque.

### e) Achat chez un détaillant - Rogers

Début mars 2015, nous sommes allés dans un magasin Future Shop, à Montréal, dans le but d'effectuer un achat de prépayé Rogers. Le préposé à la clientèle nous a informé qu'ils ne faisaient d'activation en magasin que pour Chatr. Nous avons alors décidé de vérifier en ligne sur le site Internet de Rogers quels détaillants faisaient l'activation en magasin et nous avons procédé à les appeler. Plusieurs d'entre les détaillants listés nous ont indiqué ne faire d'activation en magasin que pour Chatr ; d'autres nous ont informé qu'ils étaient des détaillants exclusifs Rogers ; d'autres numéros n'étaient simplement plus en service. Une recherche sur les abonnés à ces numéros nous a permis de constater que l'un d'eux appartenait à un commerce qui avait simplement changé de numéro : Sans-fil Etc., qui se trouve dans une succursale de Costco. Lorsque nous les avons appelés, ils nous ont indiqué que, pour avoir accès à leur kiosque, il fallait avoir tout d'abord une carte de membre Costco (qui coûte environ 100\$) et qu'il était possible d'activer des services pour Rogers en personne seulement si le montant de la carte prépayée était de 100\$ ou plus, mais qu'il était possible de l'activer pour un montant moindre uniquement si on payait aussi des frais d'activation. Nous nous sommes rendu sur place, quelques jours plus tard : le préposé nous a alors informé qu'il était absolument impossible (compte tenu d'une politique de Costco) d'activer une carte SIM d'une valeur de moins de 100\$. Cette restriction, en plus de contredire l'information que nous avons eue par téléphone quelques jours plus tôt de la part du même kiosque, ne semble se trouver mentionnée nulle part sur le site Internet du détaillant<sup>64</sup>. Nous avons donc renoncé à effectuer cet achat.

Nous avons aussi effectué des vérifications pour un achat chez Walmart. Un préposé nous a informé au téléphone qu'il leur était possible de faire une activation de prépayé pour Rogers. Lorsque nous nous sommes rendu sur place, le lendemain de cet appel, le préposé nous a informé que si une telle activation était bel et bien possible, ils ne la faisaient que si nous achetions ce qu'il nous a présenté comme étant un *appareil prépayé* Rogers, vendu à un prix d'environ 100 \$. Nous avons évidemment décliné cette offre.

### 3.3 Observations générales

Tel que nous l'avons précisé dans la section précédente, l'achat de forfaits/minutes prépayés se fait par étapes: l'achat et l'activation de la carte SIM, suivis du choix du forfait/ de services payables à l'utilisation.

Cependant, nous devons noter que, comme nous allons le voir plus en détail dans les sections qui suivront, il arrive que les fournisseurs inscrivent des détails relativement aux contrats que le consommateur conclut avec le fournisseur sur la carte de support des cartes SIM mêmes, ce qui pourrait porter à confusion, puisque l'achat et l'activation de la carte SIM n'impliquent pas nécessairement l'achat d'un forfait/ de services payables à l'utilisation.

---

<sup>64</sup> **COSTCO.CA**. *Appels en tout temps*, Costco.ca, Québec, Canada, 2014. [En ligne] <http://mobility.costco.ca/fr/qc/forfaits-mobilite/rogers-mobilite-196-appels-en-tout-temps/> (page consultée le 7 avril 2015).

Puisque c'est selon le mode d'achat que nous avons pu observer des différences importantes, plutôt qu'entre les fournisseurs, nous allons tout d'abord présenter les données de l'enquête effectuée en ligne directement auprès des fournisseurs de SSF prépayés, pour ensuite continuer avec l'enquête effectuée par téléphone et terminer avec les achats en personne.

### 3.4 Résultats de l'enquête menée en ligne

Après avoir procédé à l'achat des cartes SIM dans les magasins des fournisseurs, nous avons procédé à leur activation directement en ligne, sur les sites internet de ces mêmes fournisseurs. Nos achats de SSF prépayés en ligne ont été effectués auprès de Bell, Telus, Fido, Virgin, Chatr, Koodo, PC Mobile et Petro-Canada Mobilité.

Il est important de noter que le mode d'achat en ligne pour ce type de produit en particulier se révèle assez complexe en soi. Nous nous attendions à ce que notre transaction s'effectue comme n'importe quel autre achat de biens ou services que le consommateur peut réaliser en ligne : choix du bien/service, entrée du nom et des coordonnées de l'acheteur (lorsque requis), acceptations de *Modalités et conditions* et paiement. Nous avons eu la surprise de découvrir que, lorsqu'il est question de SSF prépayés, l'achat en ligne peut requérir beaucoup plus de temps, et que le processus est loin d'être aussi évident et intuitif que nous l'avions imaginé, ne ressemblant parfois en rien au processus habituel d'achat par Internet.

Bell, par exemple, semble offrir sur son site internet une plateforme d'achat en ligne de prépayé – il ne s'agit toutefois pas d'achat en ligne au sens où on l'entend habituellement. L'achat est bel et bien possible, mais il s'effectue à travers une boîte de clavardage qui semble servir de manière générale à communiquer avec le FSSF plutôt que d'être dédiée aux achats en ligne.

Nous avons aussi eu recours au clavardage pour conclure notre achat auprès de Telus : avant de conclure l'achat directement sur le site internet, nous devions cocher une case pour indiquer notre acceptation des *modalités de service*. Cependant, le lien qui devait mener à ces modalités n'étant pas fonctionnel, il était impossible d'y accéder pour en prendre connaissance. Nous aurions pu conclure tout de même la transaction, en cochant tout simplement la case sans jamais prendre connaissance des modalités et en continuant le processus d'achat. Cependant, comme c'est justement l'accès à ce document qui nous intéressait, nous avons décidé de poursuivre plutôt le processus par clavardage, espérant ainsi avoir accès aux modalités.

L'achat chez Fido, malgré l'accès à une plateforme qui permette l'achat directement en ligne, n'a pas été des plus simples non plus. Le site refusant de procéder à la validation de notre achat lors des premiers essais, nous avons dû recommencer le processus le lendemain.

L'achat en ligne sur le site de Petro-Canada a été aussi très compliqué. La plateforme d'achat en ligne semble ne pas fonctionner proprement : nous avons recommencé le processus d'activation quatre fois, car le système ne cessait de nous indiquer des codes d'erreurs. Nous avons appelé le fournisseur pour vérifier si l'activation avait été effectuée malgré les codes d'erreurs : on nous a informé que le compte avait bel et bien été activé. Nous avons par contre éprouvé de nouveau des problèmes lors de l'ouverture d'un compte en ligne : étant dans l'impossibilité d'en créer un, pour des motifs qui nous restent inconnus, nous avons à nouveau appelé le fournisseur pour demander de l'aide ; la préposée qui nous a répondu nous a indiqué

ne pas être en mesure d'en créer un non plus et nous a recommandé de prendre le tout en note – elle allait nous rappeler. Environ 24h plus tard, n'ayant reçu aucun appel, nous avons communiqué à nouveau avec le fournisseur, qui nous a indiqué nous avoir plutôt envoyé un message texte nous informant qu'il nous était maintenant possible d'ouvrir un compte. Pourtant, une nouvelle tentative nous a indiqué que le problème persistait. Finalement, après plusieurs appels au fournisseur, les préposés ont réussi à nous ouvrir un compte en ligne.

Pour les autres compagnies - Virgin, Chatr et Koodo – l'achat en ligne a été plus simple.

### **3.4.1 Frais d'activation**

Lorsque nous avons dressé notre liste d'achat en vue de faire l'enquête terrain, nous avons noté que certaines compagnies exigent du consommateur le paiement de frais d'activation ; ce ne fut pas le cas pour les achats de SSF prépayés que nous avons effectués en ligne auprès des fournisseurs.

### **3.4.2 Activation de la carte SIM possible sans l'achat des SSF prépayés?**

Dans tous les huit cas étudiés, nous avons activé nos cartes SIM, choisi les numéros (ou nous en sommes fait attribuer un) et choisi nos forfaits, sans avoir à le payer immédiatement. Il ne nous restait donc qu'à approvisionner notre compte pour pouvoir utiliser le service sélectionné. Dans deux de ces cas (Telus et Koodo), nous n'avons pas eu besoin de réapprovisionner les comptes, puisque la compagnie offrait un crédit en promotion, ce qui nous permettait déjà d'utiliser le service choisi.

### **3.4.3 La communication du contrat**

Dans le cas de trois de nos achats en ligne (lors des achats que nous avons conclus par clavardage, en réponse à notre questionnement sur le sujet<sup>65</sup>), le fournisseur a indiqué qu'il n'y a pas de contrat entre le fournisseur et le consommateur lorsque ce dernier achète des SSF prépayés (Bell, Virgin et Telus).

#### **a) Bell**

On retrouve sur le support de la carte SIM de Bell une mention selon laquelle « Toute utilisation de cette carte SIM confirme votre accord avec les modalités de service de Bell, lesquelles peuvent être modifiées de temps à autre. Voir [bell.ca/modalitesSIM](http://bell.ca/modalitesSIM) pour les modalités de service en vigueur. » On notera avec intérêt que les modalités de service auxquelles ce lien permet d'accéder disent clairement que l'ensemble des parties de l'Entente constitue un contrat « à propos » des services :

---

<sup>65</sup> L'achat chez Virgin a été conclu sur la plateforme Internet de ce FSSF. Cependant, lorsque nous avons ouvert une session de clavardage pour demander des précisions au sujet de notre contrat avec Virgin, le préposé nous a clairement indiqué qu'il n'y a pas de contrat.

*Vous devriez examiner la totalité de l'Entente. Toutes les parties sont importantes et, ensemble, elles créent un contrat à propos des Services (définis ci-dessous) et de l'Appareil qui s'applique à vous une fois que vous l'avez accepté. Bell se fie à votre parole selon laquelle vous avez atteint l'âge légal de la majorité dans votre province ou territoire de résidence et êtes autorisé à conclure cette Entente<sup>66</sup>.*

L'Entente en question porte sur l'ensemble des services de Bell, prépayés ou postpayés, « ce qui inclut tous les services de télécommunications sans fil fournis par Bell Mobilité ou par son entremise, y compris les services voix, la messagerie texte, les services de données (incluant le contenu) ou d'autres services, et l'administration du compte (par exemple les modifications du compte et le soutien aux Clients)<sup>67</sup>. » Le document présente une table des matières, ce qui peut faciliter au client la tâche lorsqu'il veut se rendre directement à une section spécifique de l'entente.

Le document est très long (une trentaine de pages, lorsqu'imprimé) et l'information manque de clarté ; il est souvent difficile de voir quelles sections s'appliquent uniquement aux SSF postpayés (les paragraphes 36 et 37, qui portent sur la facturation et le paiement, constituant des exceptions notables).

Comme nous l'avons mentionné, vu que Bell n'offre pas de plateforme d'activation du service en ligne, nous avons dû procéder par clavardage pour conclure une transaction en ligne. Les renseignements nous ont donc été fournis au fur et à mesure par le (ou les) préposé(s). Nous avons demandé le forfait mensuel prépayé offert au plus bas prix ; le préposé nous a répondu :

*On a le plan suivant qui est 16.15\$ par mois et les 8 premiers mois sont 11.15\$:*

- Appels à 0,20\$/min
- Textos illimités au Canada

*INCLUS ÉGALEMENT :*

- Afficheur et Centre de messages de base
- Messages texte, photos et vidéos illimités partout au pays
- Appels en attente et conférence téléphonique

Puisque nous avons ouvert un compte en ligne pour vérifier l'information, nous avons pu remarquer sur le site de Bell que le forfait le moins cher était offert à 15,75 \$ par mois (plutôt que 16.15 \$); il s'agit en fait du même forfait –la différence de prix s'explique par les frais de 0,40 \$ pour le 911, qui ont été ajoutés à notre compte. La promotion n'était pas indiquée sur le site.

L'information fournie par le préposé en ce qui a trait au forfait n'était cependant pas complète. Nous n'avons par exemple appris que parce que nous avons posé la question que l'offre à rabais n'était valable que pour 30 jours.

Qu'en est-il de la conformité au Code sur les services sans fil de l'information fournie? (Les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code.)

---

<sup>66</sup> **BELL CANADA.** « Modalités de service de Bell Mobilité », Bell, Ottawa, Ontario, Canada, 2015 [En ligne] [http://www.bell.ca/Modalites\\_de\\_service\\_de\\_Bell\\_Mobilite#Agreement](http://www.bell.ca/Modalites_de_service_de_Bell_Mobilite#Agreement) (page consultée le 19 mai 2015).

<sup>67</sup> *Ibid.*

**A.2 :** Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : lors de cet achat par Internet auprès de Bell, cette information, tant sur les prix que sur les taxes n'était ni claire ni facile à trouver. Lors de la session de clavardage, le préposé n'a rien mentionné à cet effet. Rien non plus sur l'existence des modalités de service de Bell, alors que, lors d'autres achats que nous avons effectués en ligne, cette information est fournie au consommateur avant de procéder à l'achat. Comme nous l'avons vu, le prix qui nous a été indiqué comprenait les frais communément appelés « taxe 911 », mais cette inclusion n'a pas été mentionnée.

L'information pour les taxes de vente peut être trouvée (difficilement) dans les *modalités de service de Bell Mobilité*, sous Facturation et paiement : « Vous devez payer tous les Tarifs, plus les Frais et taxes applicables » et « Les taxes sont en sus ». (par. 36 et 36b)). Bref, la seule manière pour nous, lors de cet achat précis, d'avoir cette information était de consulter la page à laquelle nous envoyait le lien indiqué sur la carte SIM et qui amenait aux Modalités de service. Or, comme nous l'avons mentionné, l'achat de la carte SIM est une opération totalement distincte.

**B.2 i) :** Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés. Avant de conclure le contrat par clavardage, nous n'avons reçu aucune information en ce qui a trait aux conditions s'appliquant au solde. Ce n'est qu'après avoir choisi le forfait que le préposé nous a envoyé un hyperlien qui contient des renseignements sur la manière d'approvisionner le compte, qui indiquent :

*Les réapprovisionnements de 15 \$ expirent après 30 jours, les réapprovisionnements de 25 \$ et 50 \$ après 60 jours, et les réapprovisionnements de 100 \$ après 365 jours. Vous devez utiliser vos minutes prépayées avant la date d'expiration. Toutefois, si vous ajoutez des fonds à votre compte avant la date d'expiration, vous pouvez reporter vos minutes inutilisées.*

On trouve aussi certains renseignements sur le sujet dans les *Modalités de services*, auxquelles le préposé n'a par ailleurs fait jamais allusion. Ces renseignements sont tout de même loin d'être faciles à trouver ou clairs, le consommateur risquant plutôt de se noyer dans un océan d'information... et se retrouver découragé de chercher cette information spécifique. Le préposé a tout de même précisé que nos minutes doivent être utilisées avant leur date d'expiration et que si on ajoute des minutes avant cette date, les minutes inutilisées sont reportées sur la période suivante. Le préposé n'a pas mentionné la période de grâce de sept jours prévue au Code.

**B.2 ii) :** Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST. Lors de la session de clavardage, avant de conclure le contrat, le préposé ne nous a pas indiqué comment vérifier le solde de notre compte, mais nous a indiqué comment communiquer avec le service à la clientèle. Nous n'avons obtenu qu'après la conclusion du contrat l'information sur les moyens de vérifier le solde, et seulement en réponse aux questions que nous avons posées après avoir vérifié si le préposé allait spontanément nous fournir quelque autre renseignement.

Nous n'avons jamais eu l'information, avant ou après l'achat, sur le CPRST et son service de plaintes (l'information ne se retrouve pas non plus dans le compte client). L'information se retrouve par contre aux *Modalités de service*, au paragraphe 63, dans la section Généralités.

Rappelons que nous n'avons eu accès aux *Modalités de service* qu'après avoir activé la carte SIM et choisi le forfait, soit lors de l'approvisionnement de notre compte, en ligne, à travers notre compte client Bell (15 \$, durée 30 jours)– lorsqu'on nous a invité à cocher une case confirmant que nous les avons lues. Il nous a été alors impossible de les imprimer à partir du site – elles se trouvent dans une case que l'on doit dérouler pour la lecture. Nous l'avons imprimé après avoir copié le contenu de la case déroulante et l'avoir collé dans un document texte. Contrairement à la page où nous menait le lien Internet indiqué à la carte SIM, ce document ne présentait pas de table des matières, rendant ainsi la tâche encore plus difficile au consommateur qui tente de s'y retrouver.

## **b) Virgin Mobilité**

Dans le cas de **Virgin Mobilité**, en ce qui a trait à l'affirmation qui apparaît sur le support de la carte SIM, nous retrouvons une mention similaire à celle qu'indique Bell : « L'utilisation de cette carte SIM signifie que vous acceptez nos Modalités de service. virginmobile.ca/modalites ». Notons que cette affirmation se trouve au verso de la carte de support, en bas, en caractères minuscules. Le recto met plutôt en évidence, en très gros caractères : « POUSSE-MOI / RENTRE-MOI / AIME-MOI », tant en français qu'en anglais.

Une fois achetée, la carte SIM doit être activée. Nous avons accédé pour ce faire à l'adresse Web indiquée sur la carte, qui mène aux Modalités de service, où on nous informe dès le début de l'importance de prendre connaissance de la totalité de l'Entente. Les modalités précisent que : « Toutes les parties sont importantes et, ensemble, elles créent un contrat qui s'applique à vous une fois que vous l'avez accepté<sup>68</sup>. »

L'acceptation se fait en cochant une case afin de confirmer avoir lu et compris « entièrement » les modalités qui apparaissent sous cette case d'acceptation, dans une petite fenêtre déroulante. On nous informe aussi, par une affirmation des plus étranges, que l'acceptation des conditions est obligatoire : « Veuillez lire et accepter les Modalités d'activation. (Vous devez le faire... sinon nous ne pouvons effectuer l'Activation. C'est un truc du département légal.) ».

L'Entente en question porte sur l'ensemble des services de Virgin, prépayés ou postpayés, « ce qui inclut tous les services de télécommunications sans fil fournis par Virgin Mobile ou par son entremise, y compris les services voix, la messagerie texte, les services de données (incluant le contenu) ou d'autres services, et l'administration du compte (par exemple les modifications du compte et le soutien aux Membres).»

Les Modalités de service sont présentées sous forme de questions-réponses, ce qui peut rendre la lecture plus facile. Le document est très long (une trentaine de pages, lorsqu'imprimé) et l'information ne brille pas par sa clarté. Il demeure donc assez difficile de trouver les sections qui s'appliquent uniquement (ou de voir lesquelles ne s'appliquent pas) aux postpayés (les paragraphes 34 et 35, qui portent sur la facturation et le paiement, constituant des exceptions notables).

---

<sup>68</sup> **VIRGIN MOBILE CANADA**. « Modalités de service », Virgin Mobile, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal-terms.html> (page consultée le 15 mai 2015).

L'information fournie relativement au forfait (qui apparaît sur la page à partir de laquelle se fait l'activation) semblait être complète, sans toutefois se conformer aux exigences du Code :

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : l'information sur le prix nous est indiquée lors de l'activation de notre carte SIM et du choix du forfait (soit de minutes à l'utilisation dans ce cas). L'information sur les taxes se retrouve dans les modalités de service : « Vous devez payer tous les Tarifs, plus les Frais et taxes applicables. » et « Les taxes sont en sus » (par. 34 et 34b))

Lorsque le client souhaite s'inscrire à un réapprovisionnement automatique (qui autorise le FSSF à réapprovisionner son compte, chaque fois que son solde atteint 5\$ ou moins ou lorsqu'il est sur le point d'expirer), on lui indique alors le montant de ce réapprovisionnement – qu'il choisit par lui-même – et on l'avise que les taxes seront en sus.

Nous devons ajouter que Virgin Mobile semble être le seul FSSF parmi les 8 étudiés qui demandent aux consommateurs d'accepter à nouveau ses modalités de service lors de chaque réapprovisionnement qu'il effectue en ligne<sup>69</sup>.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : des renseignements à cet effet se retrouvent dans les modalités de service, mais leur clarté laisse à désirer :

*Les fonds non utilisés expireront à la fin de la Période d'activité. Les fonds prépayés expirés seront remis dans votre compte si vous réapprovisionnez celui-ci dans les 7 jours civils suivant leur expiration. Si vous réapprovisionnez votre compte avant l'expiration (ou l'utilisation) des fonds prépayés s'y trouvant déjà, ce réapprovisionnement s'ajoutera à vos fonds prépayés existants et la Période d'activité afférente au réapprovisionnement s'appliquera au montant combiné des fonds prépayés. (par. 34b)*

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST. On retrouve deux de ces éléments dans les modalités de services : comment communiquer avec le service à la clientèle (par. 64) et comment porter plainte au CPRST (par. 60). Rien n'indique cependant comment vérifier le solde client.

Ce solde peut cependant être vérifié en ligne, dans le compte client, une fois le contrat conclu.

---

<sup>69</sup> Sauf pour PC Mobile, pour lequel nous n'avons pas réussi à ouvrir un compte en ligne. En outre, dans le cas de Bell, on nous indique uniquement après avoir payé le réapprovisionnement un lien vers une page où l'on peut consulter notre « entente de service » qui mène aux « Modalités de service de Bell Mobilité ».

### C) Telus

Contrairement à Bell et Virgin Mobile, **Telus** n'inscrit rien sur la carte SIM en ce qui a trait à l'acceptation de ses modalités de service.

Au moment de l'activation en ligne de la carte SIM achetée au préalable, la mention suivante apparaît sur la page de la plateforme d'activation de Telus :

*Modalités de service de TELUS - Les modalités de service s'appliquent à l'utilisation des services de TELUS. En cochant la case ci-dessous et en effectuant la mise en service, vous acceptez que les modalités de service et la politique de protection de la vie privée de TELUS s'appliquent à l'utilisation du service.*

Le lien vers ces Modalités de service n'ayant cependant pas été accessible lorsque nous avons tenté de procéder à l'activation de la carte SIM et donc du compte auprès de Telus (2 jours de suite), nous avons dû conclure l'opération par clavardage. Nous avons contacté un préposé et lui avons expliqué notre problème. Il nous a alors donné un lien vers la page « Fonctionnement du service prépayé<sup>70</sup> », qui ne reproduit pas nécessairement toute l'information qui se retrouve dans les Modalités de service qui se trouvent sur le site web du fournisseur, mais qui a l'avantage d'en extraire ce qui s'applique au prépayé.

Par la suite, après avoir essayé à nouveau sans succès de procéder à l'achat en ligne (puisque le lien vers les modalités de service ne fonctionnait toujours pas), nous avons utilisé à nouveau le clavardage pour contacter une préposée qui a procédé à l'activation de notre carte SIM et avons conclu le contrat de SSF prépayés (le forfait souhaité ayant été inscrit à notre compte). La préposée nous a par la suite assuré que : « There is no contract. » Elle ne nous a à aucun moment fourni de lien vers quelque document que ce soit.

Afin de pouvoir vérifier tout de même ce qu'indiquent les Modalités de service, nous sommes allés trouver par nous-même le document, directement sur le site internet de Telus. Ce document indique :

*Les présentes modalités de service définissent vos services mobiles de transmission de la voix et de données et portent sur l'utilisation de votre appareil et de votre compte, l'information sur la facturation et la garantie, votre droit à la vie privée et l'annulation du service. Dans le cadre de notre engagement à accorder la priorité aux clients, nous voulons nous assurer de vous aider, avec clarté et transparence, à bien comprendre ce qu'offre TELUS. En utilisant nos services, vous acceptez les modalités énoncées ci-dessous<sup>71</sup>.*

Il s'agit d'un document d'une dizaine de pages, dans lequel on retrouve une petite section sur les services prépayés, mais qui contient également des informations sur d'autres sujets.

---

<sup>70</sup> **TELUS COMMUNICATIONS COMPANY**. « Fonctionnement du service prépayé » Telus, Vancouver, Colombie-Britannique, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.telus.com/fr/qc/get-help/mobility/prepaid-plan/activation/telus-prepaid-account/support.do> (page consultée le 27 janvier 2015).

<sup>71</sup> **TELUS COMMUNICATIONS COMPANY**. « Modalités de service standard de la division Mobilité de TELUS » Telus, Vancouver, Colombie-Britannique, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.telus.com/fr/qc/get-help/service-terms/support.do> (page consultée le 15 mai 2015).

Quant à l'information qui devait être fournie conformément au Code :

**A.2 :** Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : nous n'avons pas pu obtenir l'information reliée aux taxes lors de l'achat par clavardage, puisque, dès l'activation, la préposée nous a indiqué avoir ajouté 10 \$ au compte (il s'agissait d'une promotion en cours). Quant au prix, la préposée nous a indiqué le coût d'une minute et celui d'un message texte (nous avons choisi de ne pas prendre de forfait préétabli, optant pour une utilisation à la minute).

Nous n'avons pu trouver cette information ni sur le site internet du FSSF, ni dans les Modalités de service.

**B.2 i) :** Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : l'information à ce sujet ne nous a pas été fournie de manière claire et directe pendant l'activation par clavardage. Cependant, après l'activation en ligne, nous avons reçu ce message texte : « *You have 7 days to qualify for activation credits. Call #123 for more info. If you have a rate plan, the first credit will be applied within 3 days. For detail on the program, visit telus.com/prepaidpromo* ».

L'information quant au solde des prépayés se retrouve cependant dans les modalités de service de ce FSSF.

**B.2 ii) :** Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : des renseignements sur la vérification du solde et sur les communications avec le service à la clientèle sont divulgués par message texte après la conclusion du contrat. Quant à l'information relative aux moyens de porter plainte au CPRST, les préposés qui nous ont assisté n'y ont jamais fait allusion. Nous n'avons rien trouvé non plus à ce sujet dans les modalités de service.

Attendu que nous éprouvions certains problèmes avec le compte en ligne, nous avons appelé le service à la clientèle de Telus pour obtenir des renseignements. Lors de cet appel, deux éléments particuliers ont attiré notre attention :

- La préposée qui nous a assisté nous a demandé si nous souhaitons bloquer le transfert de données sur notre compte, pour éviter de consommer notre crédit. À aucun moment lors de l'achat, ni après, n'avons-nous obtenu d'information à ce sujet. L'information se serait-elle retrouvée dans les Modalités de service auxquelles nous n'avons pu accéder ? Notons qu'il s'agit d'un document d'environ 13 pages dans lesquelles se retrouvent toutes sortes de renseignements, et où les dispositions qui portent sur les prépayés s'entremêlent à celles qui portent sur les postpayés. Sa lecture en ligne n'a cependant rien révélé sur le blocage des données.
- Pendant la conversation avec la préposée, nous avons remarqué dans notre compte en ligne, dans la section portant sur l'historique des transactions, que des frais de 2 \$ étaient apparus sous la rubrique « Account adjustment – feature add/change-cr ». Lorsque nous avons demandé à la préposée ce que cela représentait, elle nous a simplement répondu que c'était sans importance, puisqu'elle allait nous créditer ce montant, que nous avons donc heureusement détecté.

Cet achat nous a fait nous interroger sur les frais qui peuvent être imposés au consommateur dans le cadre d'un contrat prépayé et sur leur divulgation avant et après la conclusion du contrat. Des frais surprises semblent donc pouvoir se retrouver sur la facture.

#### d) Fido

**Fido** indique sur sa brochure : « Aucun engagement ». La carte SIM est muette à ce sujet. Cependant, lors de l'activation de la carte SIM et du choix/achat du forfait prépayé, réalisés sur la plateforme en ligne, on retrouve la mention suivante, à l'étape de la validation::

*Cette page contient de l'information au sujet de votre ou vos ententes de service. Veuillez confirmer l'exactitude de tous renseignements et accepter votre ou vos ententes de service, ainsi que les Modalités de service, la Politique d'utilisation et la Politique de protection de la vie privée de Fido avant de soumettre votre demande.*

Sur la même page, on retrouve les « Renseignements supplémentaires sur votre ou vos ententes de service et Modalités de service, Politique d'utilisation acceptable et Politique de protection de la vie privée de Fido » dans une fenêtre défilante. Ce document est d'une longueur de onze pages et écrit dans de très petits caractères, difficilement lisibles. Ensuite, on trouve la mention : « En sélectionnant *J'accepte*, vous reconnaissez avoir lu, compris et accepté les détails de l'Entente de service et des Modalités de service et de la Politique d'utilisation acceptable... ». Le document semble cependant incomplet, ne mentionnant rien, par exemple, au sujet des conditions du solde. Il porte de plus sur un nombre considérable de sujets différents, est difficile à lire et encore plus à comprendre.

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (Les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code):

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : ces éléments sont indiqués de manière claire uniquement lors de l'achat en ligne.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : lors de l'achat en ligne, à l'étape de l'acceptation des modalités, on peut lire vers la fin du document quelques conditions s'appliquant au solde (par. 44). Évidemment, il faut premièrement que le consommateur prenne le temps de lire, ou au moins de dérouler le document pour trouver cette information, qui est noyée dans un océan de renseignements (par ex. : sur les garanties des appareils, lorsque fournis avec le service, etc.).

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : l'information sur le moyen de vérifier le solde n'est fournie au consommateur ni avant, ni après l'achat. On ne trouve un lien vers cette information qu'après avoir ouvert un compte en ligne.

L'information sur les moyens de communiquer avec le service à la clientèle se retrouve vers la fin du document Modalités de service (par. 45). Cependant, nulle part dans ce document n'est-il question des coordonnées du CPRST.

e) **Koodo**

**Koodo** indique sur son site Internet qu'il n'y a pas de contrats à durée déterminée pour ce type de service. La carte SIM porte pour sa part la mention suivante : « En utilisant ce service, vous confirmez à Koodo que vous acceptez les modalités de service (disponibles en magasin sur demande ou à [koodomobile.com/noteslegales](http://koodomobile.com/noteslegales)). Pour obtenir de l'information sur les tarifs et les modalités du service prépayé, accédez à [koodomobile.com/infoprepaye](http://koodomobile.com/infoprepaye). »

L'accès à ce lien dirige vers une liste d'éléments qui invitent à leur tour, selon le sujet, à utiliser d'autres hyperliens pour avoir accès à l'information. Parmi ceux-ci, vers le milieu de la page Web, un hyperlien mène aux Modalités de service<sup>72</sup> sous un texte qui annonce : « En utilisant nos services, vous acceptez les modalités énoncées ci-dessous. »

À la toute première étape de l'activation en ligne de la carte SIM, on nous indique que : « Les Modalités de service s'appliquent à l'utilisation des services Koodo. En cochant la boîte à gauche et en activant votre service, vous acceptez que les modalités de service de Koodo et la politique en matière de confidentialité s'appliquent à votre utilisation du service. » Lorsque nous accédons à la page vers laquelle mène le lien portant sur les modalités de service, l'information n'est pas plus présente, ni plus claire, le consommateur devant accéder à d'autres pages indiquées par voie d'hyperliens qui en indiquent le sujet<sup>73</sup>. Les modalités sont écrites sous forme de questions-réponses, ce qui peut faciliter la recherche d'information. Cependant, ce qui s'applique aux SSF prépayés n'est pas toujours clairement indiqué.

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code):

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : lors du choix du forfait, on nous indique le montant total à payer avec la mention « avant les taxes ».

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : on trouve dans les modalités de service du FSSF de l'information à ce sujet.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : lorsque le consommateur complète le processus d'activation et d'achat en ligne, on l'informe qu'il pourra vérifier son solde à partir de son compte en ligne ou en appelant un numéro de téléphone.

Aucune information n'est fournie pendant l'achat ou dans les modalités de service sur les moyens de communiquer avec le service à la clientèle ou porter plainte au CPRST.

---

<sup>72</sup> **KOODO**. « Koodo Modalités de service » Koodo Mobile, Montréal, Québec, Canada, sans date. [En ligne] <https://www.koodomobile.com/fr/service-terms> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>73</sup> En date du 22 mai 2015, lorsque nous sommes allés de nouveau vérifier cette information et voir si des changements ont pu être apportés depuis, mais nous avons été dans l'impossibilité d'accéder ce lien, la réponse que le site nous fournissait (tant dans la version en français qu'en anglais) étant : « Oh zut! Cette page n'existe pas. » <https://www.koodomobile.com/fr/fr/legal>.

**f) PC Mobile**

L'emballage de la carte SIM de PC Mobile indique ce qui suit :

*Visitez [pcmobil.ca/simtermfr](http://pcmobil.ca/simtermfr) pour connaître les modalités de service de la carte SIM. [...] L'utilisation de cette carte SIM, ainsi que de tout service et tout appareil sur le réseau sont sujets à l'entente de service à laquelle vous avez adhéré lors de l'activation de cette carte SIM, incluant les modalités de service que vous pouvez consulter au [pcmobil.ca/simtermsfr](http://pcmobil.ca/simtermsfr).*

L'hyperlien nous mène aux « FAQ prépayés », qui, après une section sur les changements apportés au réseau EVDO, expliquent en gros ce qu'est le service Texto 911 et abordent la question de la couverture étendue du service.

Sur la carte SIM on retrouve également la mention suivante, en caractères minuscules :

*Toute utilisation de cette carte SIM confirme votre accord avec les modalités de service de PC mobile, lesquelles peuvent être modifiées de temps à autre. Rendez-vous au [pcmobil.ca/modaliteservice](http://pcmobil.ca/modaliteservice) et cliquez sur l'onglet « Prépayés » pour consulter les modalités de service en vigueur.*

Pendant la première étape d'activation, on nous demande de lire et d'accepter les Modalités de service de PC Mobile ; pour en prendre connaissance, on doit y accéder par un hyperlien qui mène à une fenêtre déroulante. Les Modalités sont très lisibles, écrites en caractères très gros, mais le document, quoique rédigé sous forme de questions-réponses, contient une très grande quantité de renseignements, applicables autant aux SSF prépayés qu'aux postpayés, et inclut un lot de questions qui peuvent porter sur le service, sur son utilisation ou sur tout autre type de politique que le consommateur est tenu de respecter ou de connaître. Le document indique clairement qu'il constitue un contrat qui lie le consommateur. Une case confirmant l'acceptation des modalités doit être cochée afin de pouvoir continuer le processus d'activation en ligne. Notons que nous n'avons pas pu compléter cet achat, puisque notre appareil cellulaire ne faisait pas partie des appareils que le site Internet de ce FSSF acceptait pour activation.

Pour ce qui est de l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code) :

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : dans le document qui doit être lu et accepté au début de l'activation en ligne, intitulé « Modalités de service », on indique que, lors du ravitaillement du compte, les frais seront en sus. Cependant, le site internet du FSSF, lorsqu'il présente les forfaits existants, indique leur prix sans spécifier si des taxes s'appliqueront en sus lors de l'achat.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : dans les Modalités de service, toujours à la section « Frais et paiements », le FSSF aborde également le sujet des conditions et des frais s'appliquant au solde.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : l'information sur les moyens de vérifier son solde ne se retrouve nulle part pendant le processus d'achat. Les coordonnées du service à la clientèle et celles du CPRST apparaissent vers la fin des modalités de service.

**g) Petro-Canada Mobilité**

La carte SIM de **Petro-Canada Mobilité** indique « Plans sans contrat pour le sans-fil », une précision qui est répétée à plusieurs reprises sur le site Internet sous cette forme ou une autre (« plans prépayés **sans contrat** »).

Cette affirmation semble contradictoire avec ce qu'on retrouve sur le site internet du FSSF lors de l'activation du service. Lorsque nous avons tenté d'activer la carte SIM en ligne, on nous demandait de lire, puis d'accepter les « Conditions – Petro-Canada Mobilité » en cochant une déclaration qui confirmait que nous les avons lues et comprises. Ces conditions indiquent, au tout début :

*Le présent Accord régit la vente et la prestation de services sans fil (« Service » ou « Services ») par Petro-Canada, Ztar Mobile et par toute société mère et filiale (« nous », « on », « notre » ou « PetroCanada MobilitéMC ») envers vous. Cet Accord est une entente entre vous (l'acheteur ou l'utilisateur des Services) et nous. D'autres lois peuvent également régir la prestation de nos Services envers vous. Ces lois sont incorporées dans leur intégralité par la présente référence, contenue dans cet Accord, comme si elles étaient décrites dans le présent Accord. Veuillez lire attentivement les présentes modalités. Les présentes modalités constituent un accord exécutoire entre vous et nous. Ces modalités contiennent des renseignements importants au sujet de vos droits, et demandent à ce que certains litiges éventuels soient résolus en arbitrage, et non par un tribunal. Nous nous réservons le droit de modifier ces modalités à tout moment, à notre entière discrétion. Vous serez lié à toute modification des modalités relatives au Service une fois que celle-ci sera affichée sur notre site Web à l'adresse [mobility.petro-canada.ca/fr](http://mobility.petro-canada.ca/fr)<sup>74</sup>.*

Le texte des Conditions porte la seule mention de l'existence du contrat ; cela ne sera plus mentionné ni lors de l'ouverture d'un compte en ligne ou de l'achat d'un forfait / de services payables à l'utilisation, ni lors du réapprovisionnement.

Les modalités de service contiennent le même type d'information que celles des autres FSSF étudiés, toujours en aussi grande quantité et toujours pas très claire. Pour avoir accès à certains renseignements sur le service, il faut de plus accéder à des hyperliens supplémentaires indiqués dans le document. Le document qui énonce les modalités de service propose de l'information pour plusieurs sujets, souvent ramassée dans un unique et long paragraphe (dont un impressionnant bloc d'environ 70 lignes), ce qui rend la lecture difficile.

---

<sup>74</sup> **PETRO-CANADA MOBILITÉ.** « Modalités » [Mobility.petro-canada.ca](http://mobility.petro-canada.ca), Calgary, Alberta, Canada, sans date. [En ligne] [http://mobility.petro-canada.ca/fr/independent/221.aspx?\\_utma=128820109.1108915054.1432119308.1432119308.1432119308.1&\\_utmb=128820109.15.8.1432119458310&\\_utmc=128820109&\\_utmz=128820109.1432119308.1.1.\\_utmcsr=google|utmccn=\(organic\)|utmcmd=organic|utmctr=\(not%20provided\)&\\_utmv=-&\\_utmk=129442828](http://mobility.petro-canada.ca/fr/independent/221.aspx?_utma=128820109.1108915054.1432119308.1432119308.1432119308.1&_utmb=128820109.15.8.1432119458310&_utmc=128820109&_utmz=128820109.1432119308.1.1._utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=(not%20provided)&_utmv=-&_utmk=129442828) (page consultée le 26 février 2015).

Nous devons souligner que l'information que nous avons reçue de la part de ce FSSF en ce qui a trait au service choisi est défailante : nous avons dû procéder au choix et à l'approvisionnement du service sans jamais être informés du coût d'une minute ou de celui d'un message texte envoyé/reçu (puisque nous avons choisi ce que Petro-Canada Mobilité appelle le « Plan n'importe quand »). Nous avons dû faire une recherche par nous-mêmes – hors du processus d'achat – sur le site internet du FSSF pour trouver cette information.

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code):

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : lors du processus d'approvisionnement en ligne, au tout début, lorsqu'on choisit ce que l'on souhaite acheter (soit le montant de recharge que nous souhaitons ajouter à notre compte – « Plan n'importe quand »), on nous indique le prix de cette recharge, sans nous indiquer s'il inclut les taxes ou non (et sans indiquer les prix de l'utilisation à la minute). Lors du paiement, on nous indique cependant que les taxes sont en sus, ainsi que leur montant de façon séparée et le total à payer.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : on trouve de l'information reliée au solde dans différentes parties des Modalités de service : « Enregistrement, activation et utilisation de nos téléphones et services », « Recharge de votre compte Petro-Canada Mobilité », etc. L'information existe donc, mais n'est pas facile à rassembler, puisqu'elle n'est pas clairement identifiée et qu'elle se trouve éparpillée dans plusieurs sections.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : aucune information ne peut être trouvée au sujet de ces trois éléments dans les modalités de service.

L'information reliée à la vérification du solde pourra être trouvée dans le compte client en ligne. Quant à la manière de communiquer avec le service à la clientèle, on nous fournit lors de l'activation en ligne le numéro de téléphone pour contacter ce service au cas où l'on aurait besoin d'aide avec l'activation. Pour ce qui est de la référence au CPRST, nous n'en retrouvons aucune mention dans les modalités de Petro-Canada Mobilité.

## **h) Chatr**

**Chatr** se distingue en remettant au consommateur, à l'achat de la carte SIM, un kit qui inclut une brochure qui contient certains renseignements essentiels (ex. : comment activer la carte SIM, payer, réapprovisionner son compte, vérifier le solde, etc.) présentés en langage clair, ainsi qu'un mini livre intitulé « Modalités de service, politique d'utilisation acceptable et politique de confidentialité », qui comprend l'ensemble des documents qui lient le consommateur. Ce document est très lisible, écrit en gros caractères, mais n'est pas toujours très clair ; malgré la très grande quantité d'information qu'il contient, il ne comporte pas de table des matières qui en rendrait la consultation moins ardue.

Lors de l'activation en ligne, on retrouve aussi une case à cocher pour confirmer que les modalités de service du fournisseur ont été lues, comprises et acceptées. Une mention semblable se retrouve en page 5 du livret remis au consommateur lors de l'achat de la carte SIM, qui indique que le client reconnaît avoir eu l'occasion de prendre connaissance de **tous** les documents et accepter toutes leurs dispositions :

*Les présentes modalités de service (les « Modalités ») régissent l'utilisation des Services. Votre entente de service (en sa version modifiée), tous les dépliants ou documents en ligne de chatr décrivant les forfaits, les caractéristiques, les services ou les produits auxquelles vous vous êtes abonné ou que vous avez achetés, ainsi que tous les autres documents intégrés aux présentes par renvoi explicite (collectivement, les « Documents »), constituent avec les présentes Modalités l'entente conclue avec vous<sup>75</sup>.*

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code):

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : lors du paiement en ligne, on nous indique que le prix du forfait n'inclut pas les taxes.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : dans le livret, on trouve dès la page 5, dans une section intitulée « Frais ; renseignements sur les comptes et les paiements », des renseignements sur les conditions et les frais s'appliquant au solde. L'information se relève toutefois assez complexe.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : ces renseignements se retrouvent à plusieurs endroits dans le livret qui contient les modalités de service, ainsi que, pour les deux premiers, dans la brochure.

---

<sup>75</sup> Les modalités de services de Chatr peuvent aussi être lues [En ligne] à l'adresse suivante : [https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=GCT&\\_nfls=true&setLanguage=fr&template=termsofservice](https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?_nfpb=true&_pageLabel=GCT&_nfls=true&setLanguage=fr&template=termsofservice) (page consultée le 26 février 2015).

**i) En bref**

La plupart des compagnies indiquent qu'aucun contrat n'existe dans le cadre des SSF prépayés. Cependant, toutes ces compagnies exigent du consommateur, lors de l'activation en ligne du service, qu'il affirme avoir lu, compris et accepté les modalités de service qui constituent un contrat entre les parties.

Il va sans dire que ces documents sont loin d'être aisément compréhensibles, et sont souvent même quasi illisibles : les phrases et les paragraphes sont inutilement longs, les formulations souvent complexes, voire tarabiscotées – le langage juridique continue d'être la norme. Ce constat contredit les déclarations des FSSF, qui estimaient en 2014 que leurs contrats étaient clairs et qu'ils ne requéraient aucune modification.

Les *modalités de service* sont souvent accompagnées de plusieurs autres documents (incluant par exemple les politiques de confidentialité). Les renseignements qui s'y trouvent sont, pour plusieurs, importants. La somme de ces textes, renseignements et dispositions, rédigés en outre dans un langage plutôt inaccessible au consommateur moyen, fait en sorte qu'il est illusoire de croire que le consommateur en prendra connaissance en entier et comprendra le tout. Comme nous l'avons noté, cette somme pourrait déjà être considérablement réduite si les documents à lire ne comprenaient que les renseignements pertinents au service que le consommateur acquiert.

En effet, les modalités de service qui sont proposées aux consommateurs régissent habituellement (sauf pour les entreprises qui n'offrent qu'un seul service) l'ensemble des services mobiles : prépayés et postpayés, messages textes, services de données, administration des comptes. L'information qui concerne tous les types de SSF se retrouve alors à la même place, dans le même contrat, éparpillée et parfois mélangée, ce qui rend parfois impossible de savoir quelles sont exactement les dispositions qui s'appliquent aux prépayés. Même si le FSSF arrive dans certains cas à préciser que certains renseignements s'appliquent spécifiquement aux prépayés, d'autres renseignements qui se retrouvent noyés dans le document pourraient aussi trouver application.

En plus de ne pas être claire, cette information est aussi, souvent, défailtante en regard des exigences du Code sur les services sans fil. La majorité des FSSF étudiés fournissent aux consommateurs de prépayés, par l'entremise des modalités de service, lors des transactions en ligne, l'information reliée aux frais et conditions qui peuvent s'appliquer au solde. La manière de vérifier le solde, de communiquer avec le service à la clientèle ou avec le CPRST est généralement communiquée. Cependant, certains de ces FSSF, au moment de notre enquête, ne donnaient à aucun moment aux consommateurs l'information concernant le CPRST<sup>76</sup>.

---

<sup>76</sup> Parmi ces compagnies, notons que Rogers avait mentionné dans son rapport de conformité, en janvier 2014, que Fido n'avait pas encore inclus cette information dans son contrat. Cependant, notre enquête a révélé qu'en date du 15 mai 2015, l'ajout n'a toujours pas été effectué.

Voir : **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TELECOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC)**.

« Rapports de conformité », *DM#2054759 – 2012-557 – Compliance Report – Rogers – RogersCRTC26Nov13-1 Abridged*, CRTC, Ottawa, Ontario, Canada, 15 janvier 2014, 21 pages. Voir p. 1. [En ligne]

<https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?Lang=fra&YA=2012&S=C&PA=t&PT=nc&PST=a#2012-557>

(document consulté le 15 mai 2015).

### **3.4.4 Présence et teneur de documents fournis après la conclusion du contrat**

Suite à la conclusion des contrats de SSF postpayés, les FSSF ont l'obligation de faire parvenir aux consommateurs un résumé du contrat qui comprend les renseignements prescrits par le CRTC. Comme nous l'avons vu, cette obligation n'a pas été imposée aux fournisseurs dans le cas des prépayés, mais le CRTC leur suggérait fortement l'adoption de cette pratique. Cette suggestion n'a malheureusement pas été retenue par les fournisseurs.

Cinq des huit fournisseurs nous ont quand même contacté suite à la conclusion du contrat. Des quatre courriels reçus, l'un comprenait la facture (Petro-Canada); un second confirmait la réception de notre demande d'activation (PC Mobile), un autre confirmait le forfait acheté (Koodo), et le quatrième (Bell) nous donnait à nouveau le lien vers notre « entente de service » (c'est-à-dire les Modalités auxquelles nous avons accédé à partir du lien inscrit sur la carte SIM) et nous invitait à ouvrir un compte client en ligne à partir duquel il est possible de :

- Consulter votre solde et faire des paiements
- Voir l'explication détaillée des frais
- Consulter et changer votre forfait ou vos options
- Vérifier votre utilisation de données
- Gérer votre Forfait partageable

Telus, de son côté, nous a envoyé deux messages textes, nous informant de moyens pour vérifier notre solde par téléphone ou pour contacter le service à la clientèle.

Les trois autres (Fido, Virgin, Chatr) ne nous ont envoyé ni message texte, ni courriel avec information résumée ou personnalisée.

### **3.4.5 Paiement**

Afin de respecter la méthodologie de notre recherche, nos achats de minutes/forfaits prépayés ont été effectués en ligne, sur le site internet de chaque fournisseur. Il est arrivé souvent que nous choissions un forfait lors de l'activation de la carte SIM, et que nous ne soyons pas obligés de payer sur-le-champ. Dans ces cas, nous avons dû procéder plutôt à un approvisionnement.

Nous avons cependant observé ceci : lorsque nous devons approvisionner notre compte pour avoir accès à un certain forfait (qui coûtait par exemple 15,75 \$), nous devrions ajouter plus d'argent que le prix de ce forfait (puisque les cartes ou les blocs de prépayé sont souvent vendus pour 10 \$, 15 \$, 20 \$, etc.). Pour ce qui est de notre exemple – le forfait de 15,74 \$ -, nous devrions acheter une « carte » de 20 \$ afin de couvrir le prix, puisqu'il n'est pas possible d'acheter simplement la somme exacte du forfait. Cette « carte » de 20 \$ acquittait alors le prix du forfait et l'excédent de 3,75 \$ pouvait être utilisé pour des « utilisations à la minute », et ce, malgré que le consommateur ait choisi d'avoir un forfait. Par exemple, il peut choisir un forfait de 15\$ plus taxes pour lequel il a droit d'envoyer et recevoir des messages textes illimités, mais aucune minute d'appel. L'excédent pourrait alors lui servir pour effectuer des appels, qui seront facturés à la minute, selon le prix qu'impose le FSSF (prix qui n'est pas toujours connu lors de

la conclusion du contrat – surtout lors de la conclusion d'un contrat à forfait. Le consommateur peut également acheter des options avec l'excédent, lorsque le montant le lui permet (s'il suffit pour payer l'option), soit, lorsque par ex. l'excédent est de 5 \$, parfois les FSSF lui offrent d'acheter à ce prix l'accès à 200 minutes, à la place qu'il paye environ 0,50 \$ la minute.

### **3.4.6 Facturation de frais additionnels**

Notre enquête sur les achats de SSF prépayés effectués en ligne a révélé que, dans le cas de SSF prépayés, l'utilisation des minutes ou autres services qui pourraient être excédentaires est impossible ; le consommateur ne pourra utiliser le service que si un crédit suffisant a été déposé sur son compte. Pour que le service puisse continuer à être utilisé, le compte, une fois épuisé, devra être réapprovisionné.

Cette information n'est cependant pas si claire dans les modalités de service des FSSF, qui prévoient des dispositions au cas où le client dépasserait la limite, sans toutefois préciser si ces dispositions s'appliquent uniquement aux SSF postpayés<sup>77</sup>.

Le consommateur ne pourra donc utiliser plus que le montant porté à l'avance à son compte, mais il pourra quand même voir son compte débité de montants imprévus : on rappellera notre expérience avec Telus, chez qui nous avons acheté des minutes à l'utilisation (plutôt qu'un forfait), et qui a débité notre compte pour couvrir des frais mystérieux, qui ne nous ont jamais été expliqués.

Certains fournisseurs offrent la possibilité de payer par débit préautorisé automatique sur carte de crédit le réapprovisionnement du compte – à date fixe, ou aussitôt que le contenu du compte frôle un certain seuil. Sans que cela puisse se qualifier de frais additionnels, ce mode de paiement nous éloigne considérablement d'une conception du service qui permet au consommateur le plein contrôle de ses dépenses de sans fil.

---

<sup>77</sup> Voir par exemple : **VIRGIN MOBILE**. « Modalités de service », Virgin Mobile, Ottawa, Ontario, Canada, section 9 [En ligne] <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal-terms.html?province=ON&geoResult=failed> (page consultée en date du 25 mai 2015). « Qu'arrive-t-il si je dépasse les limites d'utilisation de mon Forfait ou d'une Option? Vous devrez payer des frais supplémentaires. L'Utilisation excédentaire vous sera facturée aux tarifs à l'utilisation publiés à l'adresse [virginmobile.ca/tarifs](http://www.virginmobile.ca/tarifs), à moins que votre Forfait ou les Options que vous avez choisies ne prévoient un tarif différent ». Le même type de formulation peut être retrouvé chez Bell. Voir : **BELL CANADA**. « Modalités de service de Bell Mobilité », Bell, Ottawa, Ontario, Canada, 2015, section 9 [En ligne] [http://www.bell.ca/Modalites\\_de\\_service\\_de\\_Bell\\_Mobilite#Agreement](http://www.bell.ca/Modalites_de_service_de_Bell_Mobilite#Agreement) (page consultée le 15 mai 2015).

### **3.4.7 Copie du contrat**

Aucun des huit fournisseurs ne nous a envoyé de copie personnalisée du contrat ou de résumé après la conclusion des ententes de SSF prépayés en ligne.

Les modalités de service présentées en cours d'achat sont souvent impossibles à imprimer aisément telles que présentées (lorsqu'elles se trouvent dans une fenêtre déroulante, par exemple) – Koodo facilite la tâche en mettant à disposition un bouton pour imprimer. Chez certains autres fournisseurs, les modalités de service étaient imprimables, mais seulement à partir des fonctions du navigateur et seulement, pour ce qui est de la copie affichée à ce moment, avant l'acceptation du contrat.

Il est généralement possible de trouver ailleurs sur le site, en cherchant un peu, les modalités des différents fournisseurs ; on peut tout de même estimer, dans ces cas, que le contrat n'a été à proprement dire « fourni » par le commerçant. Et ces documents ne présentent quand même pas toujours de bouton d'impression.

## **3.5 Résultats de l'enquête menée par téléphone**

Suite à l'enquête menée en ligne, qui s'est avérée plus longue et complexe que nous l'avions prévu, nous avons mené l'enquête par téléphone. Nous avons donc procédé par téléphone à l'activation des cartes SIM achetées en vue de cette étape ainsi qu'à l'achat de forfaits/minutes à l'utilisation de services prépayés.

Les compagnies qui ont fait l'objet de cette partie de l'enquête sont : Koodo, Virgin Mobile, Rogers, Petro-Canada Mobilité, Bell, Chatr, PC Mobile et Fido.

Pour présenter nos résultats d'une manière qui facilite également la lecture du présent rapport, et puisque nous avons utilisé les mêmes questions pour tous les modes d'achat, nous allons utiliser ici les mêmes sous-titres que ceux que nous avons employés à la section précédente (5.1). Cependant, lorsque les réponses qui s'appliquaient à l'achat par Internet s'appliquent ici aussi, nous renverrons à la section pertinente de la section précédente.

### **3.5.1 Frais d'activation**

Parmi les huit FSSF étudiés, Koodo et Fido ont été les seuls à nous avoir imposé des frais d'activation de 15 \$ et 1 \$, respectivement. Dans les deux cas, les préposés qui nous ont assisté par téléphone pour conclure l'achat nous ont informé des coûts avant la conclusion du contrat.

### **3.5.2 Activation de la carte SIM possible sans l'achat des SSF prépayés?**

Comme pour les achats effectués par Internet, il était possible dans tous les cas étudiés d'activer la carte SIM sans être obligé d'acheter immédiatement des forfaits/minutes.

### 3.5.3 Communication du contrat

Comme nous l'avons indiqué plus haut, certains FSSF mentionnent déjà sur leurs cartes SIM qu'en utilisant le service, le consommateur accepte les *Modalités de service* de la compagnie (Bell, Virgin, Koodo et PC Mobile), qui constituent un contrat entre le FSSF et le consommateur. La carte SIM de Rogers (qui n'a pas été étudiée dans la section précédente) ne porte pas de telle mention.

Ayant constaté auparavant que les FSSF possèdent tous des documents similaires qui présentent, sous des titres comme « modalités de service » ou « conditions de service », l'essentiel de l'entente entre le fournisseur et son client – et Rogers ne déroge pas à la règle –, nous nous attarderons ici sur la question de leur divulgation.

Lors des transactions conclues par téléphone, les FSSF divulgent-ils au consommateur l'existence et la portée de ce document? Si oui, à quel moment? Sinon, quelle est l'information qui est offerte au consommateur lors de l'achat par téléphone, et qui est surtout en lien avec les éléments essentiels et les droits et obligations qui se retrouvent énoncés dans ces documents?

Dans six des huit cas (Koodo, Virgin, Rogers, Petro-Canada Mobilité, Bell, PC Mobile, Fido), les préposés auprès desquels nous avons effectué nos achats nous ont clairement dit qu'il n'existe tout simplement pas de contrat dans le cas des SSF prépayés. Dans le cas de quatre de ces FSSF (Koodo, Rogers, Petro-Canada Mobilité et Fido), aucun document ou aucune indication même de l'existence d'un document qui constaterait les conditions de l'entente ne nous ont été donnés, et aucun des préposés ne nous a demandé si nous avons pris connaissance des modalités de service (auxquelles, rappelons-le, font référence la plupart des cartes SIM) ou si nous les acceptions.

Malgré que son préposé nous ait affirmé que nous n'allions pas avoir de contrat avec Virgin, ce FSSF s'est démarqué de ces quatre autres, puisqu'au début de l'appel, son système téléphonique automatique nous demandait d'appuyer sur la touche « 1 » de notre téléphone pour indiquer, avant de pouvoir continuer la transaction, que nous avons lu et que nous acceptions leurs « super modalités », nous indiquant une adresse Internet à laquelle nous pouvions nous rendre pour y avoir accès.

Chez Bell, c'est lors du réapprovisionnement que le système automatique téléphonique nous avisait que : « En réapprovisionnant votre compte, vous comprenez et acceptez les Modalités qui peuvent être consultées à l'adresse [bell.ca/modalitésmobilité](http://bell.ca/modalitésmobilité). », sans toutefois nous demander de confirmer cette acceptation. Lors de l'activation de la carte SIM et l'obtention du numéro de téléphone, aucune information semblable ne nous a été fournie.

La préposée de Chatr nous a pour sa part indiqué qu'il n'y a pas de contrat, mais plutôt une entente... Après que nous ayons choisi le forfait que nous voulions activer, la préposée nous a demandé si nous acceptions les termes et conditions de Chatr. Lorsque nous lui avons demandé de quoi s'agissait-il, elle a répondu en nous fournissant des renseignements qui en faisaient partie (ex. : la manière utilisée par Chatr pour calculer la date de paiement, le fait que les achats de minutes ne sont pas remboursables, le maximum de temps pendant lequel Chatr réserve le numéro de téléphone si le compte n'est pas réapprovisionné, etc.). Après plusieurs

minutes, elle nous a dit ne pas pouvoir tout lire, car sinon « on y passerait la soirée ». La liste semblait en effet inépuisable et cette longue énumération, au téléphone, devenait lassante.

Comme nous le mentionnions, la carte SIM de Rogers ne fait mention de l'existence d'aucun document ou conditions de service que le consommateur devrait consulter avant d'activer et d'utiliser le service. Lors de l'achat par téléphone, le préposé ne nous a rien indiqué à cet effet non plus. Cependant, lorsque nous sommes allé consulter son site Internet, Rogers y spécifiait qu'il n'y avait pas de contrat à durée déterminée dans le cas des SSF prépayés. Lorsque nous nous sommes inscrit au compte en ligne, nous avons remarqué que, contrairement aux autres FSSF, on ne nous demandait à aucun moment de lire et d'accepter quelques modalités ou conditions d'utilisation. Au bas des pages du site Internet de Rogers se trouve pourtant un lien vers des Modalités de service qui ressemblaient de très près à celles des autres FSSF étudiés jusqu'à présent :

*Les présentes modalités de service (les « Modalités ») régissent l'utilisation des Services. Votre entente de service (en sa version modifiée), tous les dépliants ou documents en ligne de Rogers décrivant les forfaits, les caractéristiques, les services ou les produits auxquels vous vous êtes abonné ou que vous avez achetés, tous les guides d'utilisateur actuellement en vigueur, ainsi que tout autre document intégré aux présentes par renvoi explicite (collectivement, les « Documents »), constituent avec les présentes Modalités l'entente conclue avec vous (l'« Entente de service »). Vous pouvez conclure plus d'une Entente de service avec nous. En cas d'incohérence entre les Documents et les présentes Modalités, les présentes Modalités auront préséance<sup>78</sup>.*

Comme ceux des autres FSSF, ce document contient beaucoup trop d'information sur divers sujets non reliés et le langage dans lequel il est rédigé n'est ni clair, ni compréhensible.

Quant aux renseignements que les FSSF doivent obligatoirement donner au consommateur pour se conformer au Code (Les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code) :

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : le prix du forfait choisi nous a toujours été dit par le préposé au téléphone. Quant à l'information qui concerne les taxes, dans la majorité des cas, les préposés ne nous ont pas fourni spontanément ce renseignement. Nous l'avons eu à quelques reprises lorsque nous avons posé la question aux préposés (Koodo – après le paiement, Rogers, Petro-Canada Mobilité, Bell et Fido).

Les préposés de Chatr et Pc Mobile sont les seuls qui nous aient indiqué clairement le montant avant et après taxes.

Quant à Virgin, nous avons procédé à l'activation de la carte SIM et du compte, sans pouvoir procéder au réapprovisionnement par téléphone<sup>79</sup> ; lors de ces étapes, on ne nous a fourni aucune information quant aux taxes.

---

<sup>78</sup> **ROGERS COMMUNICATIONS**. « Modalités de service Rogers », Rogers, Toronto, Ontario, 2015, 11 pages, p. 1. [En ligne] [http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/About/TOS\\_Fr.pdf](http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/About/TOS_Fr.pdf), (document consulté le 20 mai 2015).

<sup>79</sup> L'achat de minutes exigeait que le paiement soit fait à partir d'une carte de crédit émise au nom de détenteur du compte, que nous avons activé sous un nom fictif.

**B.2 i) :** Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : comme pour les contrats conclus en ligne, l'information relative aux conditions et aux frais s'appliquant au solde des SSF prépayés se retrouve, le cas échéant, en ligne, dans les Modalités de services. Pour Bell, Virgin, Koodo et PC Mobile, les réponses seront donc les mêmes que celles qui apparaissent à la section précédente du présent rapport.

Précisons que, lors de l'achat par téléphone auprès de Koodo, Rogers<sup>80</sup>, Petro-Canada Mobilité, PC Mobile et Fido, on ne nous a donné aucune information relativement aux conditions et frais s'appliquant au solde. La préposée de Bell nous a indiqué uniquement le moment où le solde expire, mais seulement après que nous ayons posé la question à ce sujet. Dans le cas de Fido, nous avons posé la question et la préposée nous a informé que le solde expire après 30 jours si on ne réapprovisionne pas le compte, mais que nous avons 7 jours de plus en tant que délai de grâce pour le faire.

La préposée de Chatr qui a effectué la transaction nous a informé du moment exact dans la journée où expire notre solde, ainsi que du fait que le réapprovisionnement ne peut se faire pour moins d'un mois complet, même s'il peut arriver que nous n'ayons besoin du service que pour une journée. Elle nous a aussi informé que notre numéro de téléphone sera réassigné si nous ne faisons aucun paiement pendant 6 mois consécutifs.

Comme nous n'avons pu conclure la transaction chez Virgin, nous n'avons pas eu l'occasion de vérifier si ces renseignements étaient fournis.

**B.2 ii) :** Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : les réponses sont ici les mêmes que celles qui apparaissent à la section précédente dans les cas de Bell, Virgin, Koodo et PC Mobile.

Ajoutons que Koodo, lors de l'achat par téléphone, nous a indiqué un numéro à composer pour contacter le service à la clientèle et/ou pour vérifier notre solde. En aucun temps on ne nous a cependant informé d'une quelconque possibilité de porter plainte au CPRST ou du moins de son existence.

Dans les cas de Rogers et Petro-Canada Mobilité, on ne nous a rien indiqué lors de l'activation et du choix du forfait effectués par téléphone au sujet de la vérification de son solde ou des moyens de communiquer avec le service à la clientèle ou de porter plainte au CPRST.

Lorsque nous avons demandé aux préposés de Rogers et Fido<sup>81</sup> de quelle manière on pouvait vérifier notre solde, ils nous en ont informé, et nous ont aussi indiqué comment communiquer avec le service à la clientèle. Chez PC Mobile, nous avons également obtenu l'information sur la manière de vérifier notre solde après l'avoir demandé.

Aucune allusion n'a été faite, à aucun moment, par les préposés de ces trois compagnies sur la manière de porter plainte au CPRST.

---

<sup>80</sup> *Op. Cit.*, Note 71, **ROGERS**. « Modalités de service Rogers ». Voir en p. 10, on trouve pourtant (au paragraphe 51) de l'information à ce sujet.

<sup>81</sup> Nous avons reçu un message texte de Fido après l'activation, dans lequel on nous indiquait comment vérifier notre solde.

Dans le cas de l'achat effectué auprès le Bell, lors du premier appel – lorsque nous avons activé la carte SIM et obtenu le numéro de téléphone – nous avons demandé au préposé comment vérifier notre solde, mais il nous a dit que cette information nous sera donnée lorsque nous appellerons pour approvisionner notre compte. Suite à l'activation, nous avons reçu un message texte qui nous indiquait que nous pouvions vérifier le solde de notre compte en accédant à une certaine adresse Internet. Malgré nos attentes, le préposé, lorsque nous avons procédé au réapprovisionnement par téléphone, ne nous a informé de manière claire et directe ni sur la façon de vérifier notre solde ni sur les moyens de contacter le service à la clientèle ou le CPRST. Tel que nous l'avons précisé plus haut, le système automatique nous a cependant indiqué qu'en réapprovisionnant le compte, nous acceptons les Modalités du FSSF, mais sans plus de détails<sup>82</sup>.

La préposée de Chatr nous a indiqué comment vérifier notre solde et comment communiquer avec le service à la clientèle. Aucune mention n'a été faite au sujet du CPRST. Cette information peut cependant être trouvée dans le livret qui nous a été fourni avec la carte SIM.

Comme nous n'avons pu conclure la transaction chez Virgin, nous n'avons pas eu l'occasion de vérifier si ces renseignements étaient fournis.

### 3.5.4 Présence et teneur de documents fournis après la conclusion du contrat

Après l'achat, quatre des FSSF nous ont envoyé des messages textes :

- Koodo – uniquement pour confirmer notre NIP<sup>83</sup> ;
- Virgin – pour nous aviser de la connexion, confirmer le numéro de téléphone qui nous a été attribué et notre forfait ; un autre message texte nous informait que notre solde était alors à zéro ;
- Bell – pour nous indiquer comment vérifier le solde ;
- Fido – pour confirmer notre numéro, nous indiquer comment consulter le solde et sa date d'expiration.

Aucun courriel n'a été reçu de la part de ces FSSF – la plupart d'entre eux ne nous avaient même pas demandé notre adresse courriel.

Chatr nous a envoyé un courriel, dans le but de nous donner le mot de passe temporaire à utiliser pour ouvrir une session en ligne.

Trois des FSSF qui ont fait l'objet de notre enquête par téléphone ne nous ont rien envoyé après la conclusion du contrat de prépayés, ni messages textes, ni courriels ou autres : Rogers, Petro-Canada Mobilité, PC Mobile.

---

<sup>82</sup> *Op. Cit.*, Note 66, **BELL CANADA**. « Modalités de service de Bell Mobilité ». L'information sur les moyens de communiquer avec le service à la clientèle et le CPRST se trouve aux paragraphes 63 et 65.

<sup>83</sup> Le code que le client doit donner aux préposés à la clientèle pour s'identifier.

### 3.5.5 Paiement

Lors de cette étape, nous avons acheté tous les forfaits/minutes à l'utilisation par téléphone.

Pour l'achat par téléphone, il était possible de procéder par carte de crédit. Cependant, dans la majorité des cas il était impératif que nous utilisions une carte de crédit émise au nom du détenteur du compte de SSF prépayés.

Dans certains cas, les préposés nous ont indiqué que la carte de crédit devait être absolument enregistrée dans le compte afin de pouvoir procéder au paiement. Elle pouvait ensuite être effacée (par exemple Rogers et Fido<sup>84</sup>).

Quant au moment du paiement des prépayés, les mêmes observations que celles faites à la section précédente du présent rapport s'appliquent.

### 3.5.6 Facturation des frais additionnels

Dans presque tous les cas étudiés (Fido constituant l'exception), les préposés, lorsque nous leur avons posé la question, nous ont affirmé qu'il était impossible de dépasser la limite et d'utiliser plus de minutes/messages textes que ce que ne nous le permettait le solde de notre compte. Si le solde était épuisé, il fallait absolument ajouter de l'argent dans le compte pour pouvoir procéder à des appels ou autres ; à défaut, il était impossible d'utiliser le service prépayé.

Nous n'avons pas pu obtenir l'information de la part du préposé de Fido. Nous avons donc tenté l'expérience. Nous avons épuisé les minutes que nous avons achetées, et avons pu constater qu'il était en effet impossible de dépasser la limite chez ce FSSF.

### 3.5.7 Copie du contrat

Dans tous les cas qui ont fait l'objet de l'enquête par téléphone, aucune copie d'aucun contrat ni aucun résumé n'a été reçue après la conclusion de l'achat par téléphone.

### En bref

Outre le fait que les FSSF ne respectent pas les exigences prévues au Code du sans-fil, l'information que le consommateur reçoit en utilisant le mode d'achat par téléphone est encore plus déficiente que celle à laquelle il a accès lorsqu'il achète par Internet. De plus, des frais d'activation sont parfois imposés au consommateur pour ce mode d'achat, alors que ce n'est pas le cas alors que le consommateur active la carte SIM autrement.

---

<sup>84</sup> Nous avons demandé au préposé de Fido, après avoir procédé au paiement du forfait, d'enlever la carte de crédit du compte, ce qu'il nous a confirmé avoir fait. Cependant, après avoir procédé à l'ouverture d'un compte en ligne pour faire des vérifications, nous avons été étonnés de voir que la carte de crédit se trouvait toujours reliée au compte.

## **3.6 Résultats de l'enquête menée en personne directement en magasin**

La dernière étape de l'enquête a été de procéder à l'achat de SSF prépayés en magasin. Pour ce faire, nous avons convenu de visiter les kiosques de quatre FSSF (Fido, Telus, Bell, Petro-Canada Mobile), ainsi que deux commerces de détail à Montréal (achat de Chatr chez Wave Wireless et de Rogers chez Future Shop). Nous avons prévu acheter les cartes SIM sur place, puis demander aux préposés de les activer, pour ensuite leur acheter des forfaits/minutes.

Cette étape n'a pas été plus simple que les achats effectués par Internet ou par téléphone, se révélant même parfois éprouvante.

Puisque nous n'avons pas remarqué de différence entre les achats faits dans les kiosques des FSSF mêmes et ceux faits auprès des commerces au détail, nous allons présenter ensemble les données de cette portion de l'enquête.

### **3.6.1 Frais d'activation**

Les FSSF ne nous ont pas imposé des frais d'activation lors des achats en magasin<sup>85</sup>.

### **3.6.2 Activation de la carte SIM possible sans l'achat des SSF prépayés?**

Dans tous les cas, tout comme pour les achats effectués en ligne et par téléphone, il était possible d'activer les cartes SIM sans avoir à acheter immédiatement de forfaits/minutes.

### **3.6.3 La communication du contrat**

Les préposés de Fido et de Telus nous ont affirmé que leurs SSF prépayés ne faisaient l'objet d'aucun contrat. Ils ne nous ont pas non plus mentionné l'existence des Modalités de service.

Les préposés des autres FSSF étudiés n'ont pas fait non plus mention des Modalités de services de leurs compagnies. Le préposé qui a procédé à la transaction de Bell nous a toutefois remis, à l'achat, un document d'une page intitulé « Résumé des renseignements essentiels », et fait signer un document d'une page, intitulé « Notre entente », au bas duquel on peut lire :

---

<sup>85</sup> Un des préposés de Bell auxquels nous avons parlé au kiosque nous a toutefois demandé de payer des frais d'activation de 20 \$, nous indiquant que c'était la norme lors d'une activation en personne. Nous nous sommes adressé à un autre préposé, qui ne nous a imposé aucuns frais.

Vous convenez **(a)** avoir lu et compris le résumé des renseignements essentiels, les modalités de service de Bell ci-jointes et toute déclaration et/ou autorisation de prélèvement automatique qui y sont jointes (collectivement appelées notre « entente ») ; **(b)** être lié par toutes les modalités figurant dans votre entente et **(c)** qu'il vous incombe de payer tous les frais engagés conformément aux dispositions de l'entente, y compris les frais engagés par des personnes utilisant vos services ou votre appareil. (*nos soulignés*)

Les « Modalités de services » ne nous ont toutefois jamais été remises.

Telus et Chatr ne nous fournissent aucun document lors de l'achat en kiosque, et ne font non plus aucune mention des Modalités de service. Les préposés ne nous ont pas remis non plus le support de la carte SIM ; nous n'avons ainsi pu voir aucune mention relative à quelque entente que ce soit.

### **3.6.4 Présence et teneur de documents fournis après la conclusion du contrat**

Contrairement à ce qui s'est passé lors des achats conclus par téléphone et par Internet, certains FSSF (trois) nous ont remis un document comportant les renseignements essentiels de la transaction.

Le préposé avec lequel nous avons conclu la transaction de Bell nous a remis – avant paiement – un document d'une page intitulé « Résumé des renseignements essentiels » (qu'il nous a aussi fait parvenir par courriel), accompagné d'une copie des Modalités de service et d'un document qui porte sur l'engagement de Bell en matière de protection des renseignements personnels.

Fido nous a remis après l'achat un document de deux pages intitulé « Entente de service sans fil – Renseignements essentiels » (malgré qu'il ait pris soin de nous dire qu'aucun contrat n'existait dans le cas des SSF prépayés). Aucun courriel n'a suivi.

Après l'achat de SSF Chatr effectué auprès d'un détaillant qui vendait les services de divers FSSF, ainsi que divers biens électroniques, le préposé nous a remis un document d'une page intitulé « your chatr order confirmation » sur lequel on retrouve de l'information sur le détenteur du service (nom, adresse, numéro), les détails reliés au service acheté, etc.

Suite à l'achat, le préposé de Telus nous a remis une carte de visite sur laquelle il a inscrit certains renseignements : les numéros où appeler pour vérifier le solde et communiquer avec le service à la clientèle. Telus nous a expédié un courriel pour nous inviter à ouvrir un compte en ligne.

Quant à l'information que le FSSF doit fournir au consommateur pour se conformer au Code (Les références en gras au début des sections se rapportent aux articles du Code) :

**A.2** : Le FSSF doit « s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes » : l'information quant au prix du service acheté nous a toujours été fournie lors de l'achat en personne.

Cependant, rien ne nous a été indiqué relativement à l'inclusion des taxes dans le prix lors de l'achat effectué directement en kiosque dans le cas de Fido, Telus, Bell et Chatr. Cependant, lorsque les préposés nous ont indiqué le prix final, nous avons déduit que les prix initialement indiqués ne les incluaient pas. On retrouve sur le document de Chatr « your chatr order confirmation », remis après la conclusion de la transaction, une mention à l'effet que le montant n'inclut pas les taxes.

**B.2 i)** : Le fournisseur doit informer le client des conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés : rien ne nous a été indiqué à propos de conditions ou de frais s'appliquant au solde des SSF prépayés lors de l'achat en kiosque chez Fido. Par contre, le résumé-entente qui nous a été remis indique que : si le solde du compte n'est pas suffisant pour payer le forfait, nous allons être facturés à l'utilisation. Aucune information supplémentaire n'apparaît pas à ce sujet.

Bell inscrit l'information relative aux conditions et aux frais s'appliquant au solde des SSF prépayés sur le « voucher » remis après la conclusion de l'achat, qui permet de réapprovisionner le compte : « Les fonds inutilisés expirent après cette période. Votre nouveau solde et la date d'expiration seront ajoutés à votre compte dans les 48 heures de l'ajout de fonds. » Ce type d'information ne se trouve pourtant pas sur le « Résumé des renseignements essentiels ». Ce document mentionne cependant : « Si vous dépassez l'utilisation comprise dans votre forfait ou changez de forfait, des frais d'utilisation excédentaire peuvent s'appliquer. Les frais d'utilisation excédentaires peuvent varier avec le temps. Consultez [bell.ca/mobilite](http://bell.ca/mobilite) pour connaître les frais en vigueur. »

Le document de Chatr, « your chatr order confirmation », donne un peu d'information qui semble porter indirectement sur certains frais ou conditions s'appliquant au solde, mais dont la clarté laisse à désirer :

*Pay-per-use services (including long distance calling not included with your plan) are made available to you on a per-usage basis with sufficient funds in your account and may be changed by chatr at any time without notice. For more information on pay-per-use services and charges not listed above, visit [chatrwireless.com](http://chatrwireless.com).*

Telus ne fournit aucun renseignement sur les conditions et frais s'appliquant au solde des SSF prépayés.

**B.2 ii)** : Le fournisseur doit expliquer au client comment vérifier son solde, communiquer avec le service à la clientèle et porter plainte au CPRST : le préposé de Fido ne nous a pas informé spontanément sur les façons de vérifier son solde, de communiquer avec le service à la clientèle ou de porter plainte au CPRST. Il nous a indiqué comment vérifier le solde lorsque nous lui avons posé directement la question. L'information relative au service à la clientèle et au CPRST se retrouve sur la deuxième page du document fourni par Fido.

Les préposés de Bell et Chatr ne mentionnent rien non plus sur les façons de vérifier son solde, de communiquer avec le service à la clientèle ou de porter plainte au CPRST. Cependant, l'information se trouve au « Résumé des renseignements essentiels » fourni par Bell, et, à l'exception de l'information sur les façons de vérifier son solde, à celui qui est remis par Chatr.

Le préposé du kiosque de Telus nous a indiqué comment vérifier notre solde et communiquer avec le service à la clientèle en inscrivant des numéros de téléphone sur une carte de visite...

### **3.6.5 Paiement**

Tous les achats ont été effectués à l'aide d'une carte de crédit. Contrairement à ce qui s'est produit lors des achats effectués par Internet et par téléphone, jamais on ne nous a imposé d'utiliser une carte de crédit au nom du détenteur du compte de SSF.

### **3.6.6 Facturation des frais additionnels possible?**

Lors des achats en personne, les préposés des FSSF enquêtés ne nous ont rien indiqué à propos de frais additionnels possibles.

### **3.6.7 Copie du contrat?**

Bell, Fido et Chatr semblent suivre la suggestion du CRTC et remettre aux consommateurs un résumé du contrat de SSF prépayés lorsque l'achat est fait directement en personne.

Aucune copie ne nous est fournie ou envoyée par Telus suite à l'achat.

Aucune copie des Modalités de services de ces FSSF ne nous est non plus fournie par trois de ces FSSF, Bell étant le seul qui en envoie une copie par courriel après l'achat.

## **En bref**

Il existe une très grande disparité dans les pratiques adoptées par les différents FSSF lors de la vente de services prépayés en magasin. Bien que trois des FSSF auprès de qui nous avons mené l'enquête suivent les recommandations du CRTC en remettant un résumé des renseignements essentiels suite à la conclusion du contrat, il demeure que l'ensemble des FSSF ne fait aucune mention des contrats ou des modalités de service lors de l'achat. Les FSSF ne se soumettent pas toujours aux exigences du Code quant à l'indication du prix et des taxes et fournissent une information incomplète quant aux conditions et frais applicables au solde des SSF prépayés. Notons également qu'il n'y a eu aucune mention du CPRST et des frais additionnels possibles lors de cette enquête en magasin.

## 3.7 Remarques générales au sujet des contrats de SSF prépayés

Pendant notre enquête terrain, nous avons remarqué qu'il existe un problème de définition lorsqu'il s'agit de distinguer les SSF prépayés et les postpayés. Nous avons aussi relevé dans les contrats (ou modalités de services) des clauses douteuses. Nous aborderons ces questions dans les sous-sections qui suivent.

### 3.7.1 Les joies de l'achat de SSF prépayés

#### a) *Achat de SSF prépayés de Bell par Internet*

Lorsque nous sommes allé sur le site Internet de Bell Canada pour activer la carte SIM, nous n'avons pas trouvé de plateforme d'achat par Internet. Nous avons alors tenté d'ouvrir un compte sur le site, ce qui n'a pas été possible, étant donné que nous ne possédions pas encore les renseignements nécessaires à l'ouverture d'un compte (numéro de compte, numéro de téléphone, etc.). Par contre, Bell propose aux consommateurs, sur son site, de clavarder avec un membre de leur équipe, ce que nous avons fini par faire.

Nous avons alors informé la préposée qui était en ligne à ce moment-là de notre désir d'activer la carte SIM directement en ligne et de procéder par la suite, toujours en ligne, à l'achat d'un forfait mensuel prépayé, et, dans les cas où, pour faire tout cela, nous devions avoir un compte ouvert, de nous indiquer comment l'ouvrir. Nous avons été transféré deux fois à des préposés différents, toujours dans la même session de clavardage. À chaque fois que nous demandions s'il existe une plateforme intégrée dans le site de Bell qui nous permette d'acheter en ligne leurs produits de services prépayés, les préposés insistaient pour activer eux-mêmes notre carte SIM, sans pourtant répondre à cette question. Nous avons fini par accepter de procéder ainsi.

#### b) *Achat de SSF prépayés de Bell directement en magasin*

En mars 2015, nous sommes allés au Centre Eaton à Montréal pour procéder à l'achat de SSF de Bell. Les préposés du premier kiosque que nous avons visité nous ont dit plutôt, sans plus d'explications, d'aller au Best Buy voisin pour procéder à l'achat. Best Buy nous a indiqué qu'il vendait les cartes SIM de ce FSSF, mais qu'il ne faisait pas d'activation de service sur place. De retour au kiosque initial, on nous prévient du fait que les prépayés chez Bell sont très chers... Le préposé semblant un rien réticent, nous avons décidé d'aller dans un autre kiosque, dans le même centre. Un préposé a alors commencé l'activation d'une carte SIM, mais a exigé une pièce d'identité, nous expliquant que tous les fournisseurs (sauf Chatr) requièrent une pièce d'identité pour une activation (ce qui est faux, comme nous le savions d'expérience du fait des achats précédents). Le préposé a ensuite entrepris de tenter de nous dissuader d'activer sur place, nous expliquant que l'activation sur Internet était préférable, car ce mode d'achat nous épargnerait les frais d'activation de 20 \$ qu'il se préparait à imposer.

Nous avons déclaré forfait... mais sommes retournés le lendemain à ce même kiosque, où officiait un préposé différent. Ce dernier ne nous à aucun moment demandé de fournir de pièce d'identité, ni de payer des frais d'activation. Il nous a de plus présenté un rabais applicable au forfait que nous désirions acquérir.

Cet achat auprès de Bell nous a laissé perplexe. Le fait d'avoir des renseignements (et des frais) aussi différents de la part du même FSSF, mais surtout dans un même kiosque, est très étonnant. S'il s'agit là du type d'expérience que vit le consommateur moyen, il y a lieu de se questionner sur le degré de protection qui doit être consenti aux consommateurs lors de l'achat de prépayé.

### 3.7.2 Clauses contractuelles douteuses

Comme nous l'avons vu, malgré que plusieurs compagnies insistent sur le fait qu'il n'y a pas de contrat entre le FSSF et le consommateur en matière de SSF prépayés, les documents intitulés « Modalités de service » (que les consommateurs doivent souvent accepter avant de pouvoir poursuivre la transaction) démontrent le contraire. Ce document représente justement l'entente que le consommateur conclut avec son fournisseur lorsqu'il achète un quelconque service de sa part.

Un contrat est un accord de volonté entre des parties qui s'engagent à une prestation. Si deux parties s'entendent, l'une pour fournir un service et l'autre pour le payer, il y a contrat. Le fait de nommer autrement cette rencontre de volontés n'y change rien. Le fait que l'exécution des prestations soit instantanée ou étendue dans le temps, de manière définie ou indéfinie, n'y change rien non plus. Un contrat à durée mensuelle ou à durée indéterminée n'est pas une absence de contrat. Prétendre le contraire pourrait bien être considéré comme une fausse représentation ou une assertion trompeuse.

En quoi donc cela importe-t-il? Il faut bien réaliser que le droit de la consommation est basé essentiellement sur le contrat de consommation. On parle de contrats d'adhésion, des clauses externes des contrats, des clauses abusives ou interdites insérées dans les contrats, la *Loi sur la protection du consommateur*, au Québec, s'applique aux contrats conclus entre un consommateur et un commerçant. Dans ce contexte : quels sont exactement, dans son esprit, les droits du consommateur à qui l'on répète que l'entente qu'il est sur le point de ou qu'il vient de conclure n'est justement pas un contrat?

Il faut se méfier de ces détournements de sens qui, sous des airs anodins, font en sorte que les consommateurs sont amenés à croire qu'ils disposent peut-être de moins de droits que ceux dont ils disposent en réalité. Virgin se vante gentiment « Nos avocats sont très bons pour tout expliquer<sup>86</sup>. » Il est peut-être temps d'intervenir, dans l'intérêt collectif et individuel des consommateurs, pour s'assurer que ces habiletés ne servent pas à dérouter les consommateurs et à faire dérailler les protections que le droit de la consommation tente de leur garantir.

Ce sont ces documents présentés sous les titres de « Modalités de service » ou autres dont plusieurs clauses nous laissent perplexes.

---

<sup>86</sup> VIRGIN MOBILE CANADA. « Avis légaux », Virgin Mobile, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal.html?itcid=FOT:24> (document consulté le 20 mai 2015).

Le Code sur les services sans fil mentionne à quelques reprises les documents connexes au contrat (incluant nommément les *politiques sur la protection des renseignements personnels* et les *politiques d'utilisation équitable*), qui doivent, au même titre que le contrat, être clairs, faciles à lire et comprendre, dont, dans le cadre d'un contrat de postpayé, le contenu doit être décrit au contrat et dont une copie permanente doit être remise au client. Le Code insiste donc sur la prise de connaissance par le consommateur de ces politiques qui pourront être invoquées par le commerçant qui veut en inclure les dispositions dans celles qui lient le consommateur.

Jusqu'où vont les FSSF dans leurs tentatives d'inclusion au contrat de *documents connexes*? Nous avons relevé à ce sujet la clause suivante extraite des Modalités de service de Rogers :

*Les présentes modalités de service (les « Modalités ») régissent l'utilisation des Services. Votre entente de service (en sa version modifiée), tous les dépliants ou documents en ligne de Rogers décrivant les forfaits, les caractéristiques, les services ou les produits auxquels vous vous êtes abonné ou que vous avez achetés, tous les guides d'utilisateur actuellement en vigueur, ainsi que tout autre document intégré aux présentes par renvoi explicite (collectivement, les « Documents »), constituent avec les présentes Modalités l'entente conclue avec vous (l'« Entente de service »). Vous pouvez conclure plus d'une Entente de service avec nous. En cas d'incohérence entre les Documents et les présentes Modalités, les présentes Modalités auront préséance<sup>87</sup>. (nos soulignés)*

Il semble évident que Rogers va trop loin en incluant par exemple au contrat tous les documents en ligne qui pourraient être en lien avec le service, qui s'ajouteraient à des modalités de services qui s'étaient déjà sur 15 pages et traitent de plusieurs sujets différents. On retiendra que le CRTC n'a pas jugé bon d'étendre aux prépayés cette obligation du fournisseur de décrire au contrat le contenu de ses documents connexes et d'en fournir copie. Cette disposition des Modalités de Rogers contrevient donc au Code lorsqu'il est question de postpayés, mais serait acceptable dans le cadre d'un contrat prépayé. Cela semble difficilement acceptable. Nous avons détecté une clause semblable dans les conditions de service de Chatr<sup>88</sup>.

Soulignons toutefois que le Code civil du Québec traite en ces termes des clauses externes :

**1435. La clause externe à laquelle renvoie le contrat lie les parties.**

*Toutefois, dans un contrat de consommation ou d'adhésion, cette clause est nulle si, au moment de la formation du contrat, elle n'a pas été expressément portée à la connaissance du consommateur ou de la partie qui y adhère, à moins que l'autre partie ne prouve que le consommateur ou l'adhérent en avait par ailleurs connaissance<sup>89</sup>.*

---

<sup>87</sup> *Op. Cit.*, Note 78, **ROGERS COMMUNICATIONS**, *Modalités de service Rogers*. Voir p. 1.

<sup>88</sup> **CHATR**. «*Modalités de service chatr*» Chatr, Toronto, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] [https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=GCT&\\_nfls=true&setLanguage=fr&template=termsofservice](https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?_nfpb=true&_pageLabel=GCT&_nfls=true&setLanguage=fr&template=termsofservice) (page consultée le 20 mai 2015).

<sup>89</sup> *Code civil du Québec*, Québec, mise à jour 1<sup>er</sup> juin 2015. [En ligne] [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/CCQ\\_1991/CCQ1991.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/CCQ_1991/CCQ1991.html) (page consultée le 23 juin 2015).

Toutes les dispositions de ces documents externes seraient donc, malgré le renvoi dans le contrat et à moins d'être expressément portées à la connaissance du consommateur, sans effet autre que celui d'induire le consommateur en erreur.

D'autres clauses qui nous ont semblé problématiques ont été également repérées :

**a) Des clauses relatives aux représentations :**

Des clauses par l'entremise desquelles l'entreprise exclut sa responsabilité pour les représentations/promesses que pourraient faire ses vendeurs ou qui pourraient apparaître, par exemple, dans des documents promotionnels, ainsi que pour les garanties:

*Toutes les représentations, garanties et conditions de quelque type que ce soit, expresses ou implicites, sont exclues dans les limites maximales permises par la loi applicable. Dans les limites maximales permises par la loi applicable, aucun conseil ou renseignement, qu'il soit fait verbalement ou par écrit, reçu par vous de la part de toute Partie de Rogers, n'aura pour effet de créer une modalité, une condition, une représentation ou une garantie qui n'est pas expressément énoncée dans une Entente de service<sup>90</sup>.*

La clause de Rogers prévoit bien entendu que ces exclusions n'ont effet que « dans les limites maximales permises par la loi applicable ». La loi québécoise étant claire au sujet des exclusions et exigeant une mention d'inapplicabilité plus explicite que les déclarations vagues qui sont d'usage, cette clause est précédée d'une note qui indique qu'elle n'est pas applicable au Québec. Il faut espérer que les consommateurs des autres provinces sont suffisamment au fait des lois applicables pour être en mesure de déterminer par eux-mêmes les représentations, garanties et conditions que le FSSF peut ou ne peut pas exclure, et qu'ils ne se laisseront pas impressionner outre mesure par ces exclusions à l'emporte-pièce prévues au document qui devrait constituer la loi entre les parties et que le fournisseur pourrait tenter d'invoquer contre eux en s'appuyant sur le texte de l'entente.

Ce type de clauses est inconciliable par exemple avec la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>91</sup> du Québec qui à son article 41 indique qu'« Un bien ou un service fourni doit être conforme à une déclaration ou à un message publicitaire faits à son sujet par le commerçant ou le fabricant. Une déclaration ou un message publicitaire lie ce commerçant ou ce fabricant. » L'article 42 ajoute qu'« Une déclaration écrite ou verbale faite par le représentant d'un commerçant ou d'un fabricant à propos d'un bien ou d'un service lie ce commerçant ou ce fabricant. »

---

<sup>90</sup> *Op. Cit.*, Note 78, **ROGERS**, *Modalités de service Rogers*. Voir p. 5.

<sup>91</sup> *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur*, Québec, mise à jour 1<sup>er</sup> juin 2015. Voir chapitre P-40.1 [En ligne] [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P\\_40\\_1/P40\\_1.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1.html) (page consultée le 4 juin 2015).

**b) Des clauses qui prévoient que des sommes pourront être exigées, sans en préciser le montant**

Certains FSSF étudiés<sup>92</sup> indiquent dans leurs Modalités de service que des frais pourront s'appliquer et être exigés, tels des frais administratifs ou autres, sans en préciser ni le montant ni la manière de les calculer. L'imposition de tels frais est interdite au Québec, où la *Loi sur la protection du consommateur* impose au commerçant de mentionner de façon précise le montant des frais additionnels (LPC, art. 12).

### 3.8 Conclusion

Lors de notre enquête terrain, nous avons d'abord remarqué que la plupart des FSSF ont l'habitude d'indiquer sur les cartes de support de leurs cartes SIM un lien vers les documents qui lient les consommateurs une fois qu'ils commencent à utiliser leur service. Ces mentions, en tout petits caractères, risquent toutefois de passer inaperçues. En outre, lors des achats effectués en personne, le consommateur pourra ne pas avoir l'occasion de voir cette mention, puisque les préposés qui procèdent à l'activation de la carte ne donnent souvent pas la carte SIM avec sa carte de support, mais uniquement la SIM qui s'insère dans l'appareil mobile.

On constate des différences marquées relativement à la communication de renseignements selon le mode d'achat des SSF prépayés : les FSSF fournissent beaucoup plus d'information aux consommateurs lors des achats en ligne (allant parfois même jusqu'à en fournir une quantité difficilement assimilable). Le consommateur est-il malgré tout, peu importe le mode d'achat, informé sur les caractéristiques essentielles du service? Et, accessoirement, est-il en mesure de distinguer l'essentiel du reste?

Pour ce qui est des achats effectués en ligne, le consommateur devra le plus souvent signifier son acceptation des Modalités de services du fournisseur avant de pouvoir procéder à l'achat. Ces documents, quoi qu'en disent les fournisseurs, constituent le contrat conclu entre le FSSF et le consommateur. Cependant, vu les représentations des fournisseurs, les consommateurs sont-ils enclins à lire ces documents? Sont-ils en mesure de le faire? Les documents sont-ils conçus de façon à assurer que le consommateur prenne connaissance et soit au fait des éléments essentiels du contrat auquel il s'apprête à consentir?

Comme nous l'avons vu, les Modalités de services sont des documents à portée générale, qui portent sur l'ensemble des services mobiles du fournisseur, notamment sur les services prépayés, mais aussi sur les postpayés, ainsi que sur un éventail d'autres sujets, comme les garanties, la vie privée, la politique d'utilisation acceptable, etc. ; il s'agit le plus souvent de documents qui comptent des dizaines de pages (pouvant en fait aller jusqu'à une quarantaine de pages). La réponse aux questions précédentes est évidemment : non.

---

<sup>92</sup> *Op. Cit.*, Note 78, **ROGERS COMMUNICATIONS**, *Modalités de service Rogers*. Voir p. 2, articles 5 et 6.

Malgré que les FSSF que nous avons étudiés aient unanimement déclaré dans les rapports de conformité soumis au CRTC en janvier 2014 que l'information et les documents soumis aux consommateurs dans le cas de la vente de prépayés était clairs et que tous les éléments requis par le Code canadien étaient divulgués aux consommateurs, notre enquête a démontré que cela n'était pas tout à fait exact. L'information dans les modalités de services n'est pas claire : la longueur et la complexité des textes risquent fort de décourager le lecteur, et le fait que l'information pertinente soit noyée dans une foule de dispositions qui peuvent ne pas être applicables affecte naturellement la clarté de l'information sur l'essentiel. De plus, pour la moitié des compagnies, nous avons trouvé que des éléments d'information obligatoire manquaient ; ce fut surtout le cas pour l'obligation d'expliquer au consommateur comment il peut contacter le CPRST<sup>93</sup>.

La situation est bien entendu pire encore lorsque, pour les achats effectués en magasin ou par téléphone : aucune indication n'est donnée ne serait-ce que sur l'existence des modalités de service par lesquelles le consommateur sera tout de même lié du simple fait de son utilisation du service.

Nous avons souligné quelques problèmes que soulève le contenu de certaines modalités de service face aux lois de protection du consommateur. Qu'en est-il de la diffusion par les FSSF des renseignements essentiels en regard de l'application de ces mêmes lois?

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le Code sur les services sans fil impose aux fournisseurs qui concluent des contrats de postpayé de fournir à leur client une copie d'un contrat écrit ainsi qu'un résumé des éléments essentiels de ce contrat. Si le Code n'impose pas cette obligation lors de la vente de prépayé, les lois provinciales n'ont-elles pas pour effet d'étendre ces obligations de divulgation à tous les types de contrats?

Notons aussi que pour ce qui est des contrats que nous avons conclus à distance, la grande majorité ne respecte pas les LPC provinciales en matière de divulgation précontractuelle.

---

<sup>93</sup> Cette information de se trouvait nulle part, même pas dans leurs *Modalités de service*.

## 4. Survol des lois étrangères

---

Qu'en est-il à l'étranger? Les mesures adoptées par les législateurs d'autres pays protègent-elles plus également les consommateurs qui choisissent les services prépayés ou les services postpayés? Des mesures plus protectrices ont-elles été adoptées dans d'autres juridictions?

Nous avons effectué un bref survol des encadrements applicables en matière de SSF prépayé aux États-Unis, en Australie, au Royaume-Uni et en France, pour vérifier si ces pays ont adopté des règles spécifiques dans le domaine et en relever, le cas échéant, les éléments distinctifs.

### 4.1 États-Unis

Chaque année, la Commission fédérale des communications (Federal Communication Commission – FCC) rapporte une augmentation significative d'abonnés aux services de téléphonie sans fil. En juin 2013, le pays comptait près de 306 millions d'abonnés à de tels services, contre à peine plus de 265 millions en 2009<sup>94</sup>.

Qui a compétence sur les questions contractuelles aux États-Unis en matière de téléphonie mobile?

*Le système juridique américain est lui aussi issu de la common law; les défenses de common law pour contrer les injustices contractuelles y trouvent donc application, et ce, dans tous les types de contrats.*

*Bien que le droit privé relève principalement de la compétence des États fédérés (ci-après les États) et non de l'État fédéral (ci-après le Fédéral), la Constitution américaine permet au Fédéral de légiférer afin de réglementer les relations économiques entre les différents États.*

*[...]*

*Le Fédéral a reconnu, dès le début du XXe siècle, que la common law ne protégeait pas adéquatement les consommateurs contre certaines pratiques commerciales déloyales. Pour tenter de remédier à ces lacunes, il adopta, en 1914, la **Federal Trade Commission Act (F.T.C.A.)**<sup>95</sup>. (références omises)*

---

<sup>94</sup> **WIRESLINE COMPETITION BUREAU**, *Local Telephone Competition: Status as of June 30, 2013*, U.S. Federal Communication Commission, Washington CD, États-Unis, juin 2014, 36 pages. Voir p. 29, tableau 18. [En ligne] [https://apps.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/DOC-327830A1.pdf](https://apps.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-327830A1.pdf) (document consulté le 16 décembre 2014).

<sup>95</sup> **UNION DES CONSOMMATEURS**, *Mettre un frein aux clauses abusives dans les contrats de consommation*, Montréal, Québec, Canada, septembre 2011, 113 pages. Voir p. 56. [En ligne] [http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec\\_conso/FreinClausesAbusives.pdf](http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/FreinClausesAbusives.pdf)

Cette loi crée la Federal Trade Commission (FTC), dont les pouvoirs sont les suivants:

*Under this Act, the Commission is empowered, among other things, to (a) prevent unfair methods of competition, and unfair or deceptive acts or practices in or affecting commerce; (b) seek monetary redress and other relief for conduct injurious to consumers; (c) prescribe trade regulation rules defining with specificity acts or practices that are unfair or deceptive, and establishing requirements designed to prevent such acts or practices; (d) conduct investigations relating to the organization, business, practices, and management of entities engaged in commerce; and (e) make reports and legislative recommendations to Congress<sup>96</sup>.*

L'autorité de réglementation en matière de télécommunications aux États-Unis est la FCC. Cette Commission ne traite toutefois pas les plaintes contractuelles en matière de communications, attendu qu'elle ne réglemente pas ces aspects en matière de téléphonie cellulaire. Elle peut cependant aider les consommateurs à trouver l'organisme responsable et les y référer, selon le problème rencontré :

- *The FCC handles complaints regarding services provided from one state to another (interstate services), as well as foreign communications (international calls).*
- *The FCC handles complaints about wireless service, but does not regulate contractual arrangements with cellular providers. If you have a complaint about a wireless contract or billing you may still file a complaint with the FCC, who will help to resolve the issue with your carrier and forward the complaint to the appropriate regulatory agency when necessary<sup>97</sup>.*

## Code de conduite volontaire de l'industrie

En matière de services sans fil, l'industrie, aux États-Unis, a plutôt adopté un code de conduite volontaire, sous la gouverne de la CTIA – The Wireless Association (anciennement Cellular Telephone Industries Association) :

*Originally developed in 2003, CTIA periodically reviews the Code to ensure it reflects the industry's innovations and consumers' needs and expectations. The Code's signatories have adopted the principles, disclosures and practices for wireless service, including voice, messaging and data services for postpaid or prepaid consumers. In July 2010, the Code was updated to reflect new and increasingly popular offerings by carriers for consumers<sup>98</sup>.*

En ce qui a trait à l'obligation de divulgation précontractuelle de l'information, le Code de la CTIA (Consumer Code for Wireless Service – CCWS) prévoit que les compagnies de télécommunications qui offrent des services sans fil aux consommateurs doivent divulguer les renseignements liés à : la zone de couverture du service, les frais d'activation, les frais mensuels d'accès, la quantité et la nature des services offerts et inclus dans un plan (minutes, data, etc.), les frais pour les minutes utilisées en excès ou à l'extérieur de la zone de

---

<sup>96</sup> **FEDERAL TRADE COMMISSION.** *Statutes Enforced or Administered by the Commission*, Federal Trade Commission, Washington DC, États-Unis, sans date. [En ligne] <https://www.ftc.gov/enforcement/statutes> (page consultée le 8 janvier 2014).

<sup>97</sup> **CIVIC AGENCY.** *FAQs, Complaints : Phone Companies*, États-Unis, 30 décembre 2011. [En ligne] <http://usa-faq.civicagency.org/answers/10295> (page consultée le 11 mai 2015).

<sup>98</sup> **CTIA.** *Consumer code for Wireless Service*, CTIA, Washington, États-Unis, sans date. [En ligne] <http://www.ctia.org/policy-initiatives/voluntary-guidelines/consumer-code-for-wireless-service>, (page consultée le 8 janvier 2014).

couverture, si des frais additionnels peuvent s'appliquer, leur montant, les frais de retard, frais de résiliation, durée du contrat et la période d'essai, pendant laquelle le consommateur peut annuler son contrat sans encourir des frais. Le CCWS prévoit que l'information doit être communiquée au point de vente et sur les sites Web, mais sans plus de détail sur les modes de communication acceptables. Ces éléments s'appliquent tant aux services sans fil postpayés, qu'aux prépayés<sup>99</sup>.

On trouve également à l'article 8 du CCWS une mention qui reprend vaguement, en plus lacunaire, l'une des obligations prévues au Code canadien : le fournisseur doit fournir au consommateur, en ligne et sur les factures, un numéro gratuit (toll-free) pour le service à la clientèle. Les FSSF doivent également informer leurs clients de la manière de les contacter par la poste, par téléphone (toll-free), par Internet ou autrement, pour toute demande d'information ou plainte, et ce, sur toutes les factures, sur les réponses écrites envoyées aux consommateurs et sur les sites Internet des fournisseurs. Cette information doit aussi être fournie aux consommateurs qui font la demande par téléphone au service à la clientèle, s'il y a lieu.

Le CCWS de la CTIA est cependant critiqué par le régulateur américain :

*Néanmoins, le régulateur américain a dénoncé le fait que le code de la CTIA ne prévoit aucune obligation d'offrir des avis d'utilisation ou de services permettant le contrôle de l'usage par le consommateur. Elle indique également que ce code volontaire, qui ne prévoit aucune mesure contraignante ou sanction, est insuffisant pour régler les problèmes relatifs aux frais imprévus<sup>100</sup>.*

Le Code canadien a veillé de son côté à combler ces lacunes.

## 4.2 Australie

Le système australien en matière de télécommunications est un peu particulier et assez complexe. Il est principalement axé sur un engagement en faveur de la déréglementation : il revient à l'industrie d'adopter des codes et lignes directrices dans ce domaine, le régulateur australien conservant certains pouvoirs qui lui permettent d'assurer le respect des règles adoptées :

*The current regulatory landscape for telecommunications is complex, with responsibility for various sections of the industry shared between a government department, two regulatory bodies, an industry ombudsman and an industry peak body.*

*Consistent with the policy commitment to self-regulation, programs tend to be the responsibility of industry with oversight from regulators. One regulator, the Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), is an independent statutory authority which, under the Competition and Consumer Act 2010 (previously Trade Practices Act 1974) has some powers relevant to telecommunications and general responsibility for competition issues. The other regulator is the Australian Communications and Media Authority (ACMA), whose scope and purpose is laid out in the Telecommunications Act 1997 and Telecommunications (Consumer Protection and Service*

---

<sup>99</sup> Ibid.

<sup>100</sup> LAMBERT-RACINE, **Sophy**. *Limites d'usage des services d'accès à Internet mobile: informer et protéger les consommateurs*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, juin 2013, 202 pages. Voir p.105. [En ligne] <http://uniondesconsommateurs.ca/docu/telecom/18-donnees-mobiles-rapport-F-complet-Fr-revise.pdf>

*Standards) Act 1999. The ACMA is responsible for overseeing technical and consumer issues, often taking a “co-regulatory” approach through approving and overseeing industry codes. Within the self-regulatory scheme the industry peak body, the Communications Alliance, uses working groups to develop industry codes and guidelines. The ACMA is able to register codes but also has the power to create an industry standard if codes are lacking; compliance with an industry standard is mandatory<sup>101</sup>. (citations omises)*

Dans le cas des contrats de téléphonie cellulaire sans fil, le *Telecommunications Consumer Protections Code*<sup>102</sup> (TCP) trouve application tant dans le cas des services postpayés que des prépayés, sauf mention spécifique. Ce code a remplacé celui qui avait été publié par la Communications Alliance en 2007<sup>103</sup>.

Après une première révision, le TCP, qui vise à promouvoir l'efficacité et la croissance du secteur des télécommunications tout en garantissant des protections « appropriées » aux consommateurs, porte sur :

- *L'information aux consommateurs sur les prix et sur les conditions de services;*
- *Les contrats de consommation;*
- *La facturation;*
- *La gestion du crédit;*
- *Le transfert de clientèle*
- *Le traitement des plaintes;*
- *L'administration du code et la conformité*<sup>104</sup>.

---

<sup>101</sup> TURNER, Erin, *Pre-paid calling cards: advertising, use and complaints processes in Australia*, 2013, ACCAN, Sydney, Australia, 29 pages. Voir p. 5. <https://accan.org.au/files/Reports/REPORT%20Pre-paid%20calling%20cards%20-%20advertising%20use%20and%20complaints%20processes%20in%20Australia.pdf> (document consulté le 26 janvier 2015).

<sup>102</sup> COMMUNICATIONS ALLIANCE LTD. *Telecommunications Consumer Protections Code C628:2012*, Industry Code, Communications Alliance, North Sydney, Australia, 2012, 102 pages. [En ligne] [http://www.commsalliance.com.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0017/33128/TCP-C628\\_2012\\_May2012-Corrected-July12.pdf](http://www.commsalliance.com.au/_data/assets/pdf_file/0017/33128/TCP-C628_2012_May2012-Corrected-July12.pdf) (document consulté le 26 janvier 2015).

<sup>103</sup> *Telecommunications consumer protections code (C628:2012) - Explanatory statement*, Australie, septembre 2007, 5 pages. Voir p. 1. [En ligne] [http://www.commsalliance.com.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0018/33129/C628\\_2012-TCP-Code-Explanatory-Statement.pdf](http://www.commsalliance.com.au/_data/assets/pdf_file/0018/33129/C628_2012-TCP-Code-Explanatory-Statement.pdf) (document consulté le 14 mai 2015).

<sup>104</sup> *Idem*, p. 2.

L'engagement envers le consommateur australien s'articule en sept principes clés :

1. Consumers will enjoy open, honest and fair dealings with their Supplier, and have their privacy protected.
2. Consumers will receive clear, accurate and relevant information on products and services from their Supplier; before, during and, where appropriate, after the point of sale.
3. Consumers will have disputes resolved quickly and fairly by their Supplier.
4. Promotion of products and services by Suppliers will be clear, accurate and not misleading.
5. Disadvantaged and vulnerable consumers will be assisted and protected by appropriate Supplier policies and practices.
6. Consumers will receive an effective remedy from any Supplier who breaches the Code.
7. Suppliers will use monitoring and reporting tools to ensure successful implementation of the Code.

Voici certaines des obligations générales que le code crée pour les fournisseurs de SSF :

***Communiquer avec les consommateurs en langage clair (3.1.1);***

- *Communiquer une information exacte, pertinente et à jour aux consommateurs, et ce, en temps utile (3.2.1);*
- *Utiliser les modes de communication appropriés aux besoins des consommateurs, en tenant compte des besoins particuliers (3.3.1);*
- *S'assurer que les consommateurs peuvent consulter et télécharger toutes les conditions de service pertinentes à son service, à partir d'un site Web accessible (3.3.3);*
- *Se conformer à toutes les lois applicables (3.4.1);*
- *S'assurer que les préposés fassent preuve de courtoisie avec les consommateurs (3.5.1)<sup>105</sup>.*

Les offres elles-mêmes sont également réglementées (art. 4.1) : elles doivent être exactes, claires, non-exagérées et ne doivent pas induire les consommateurs en erreur, ni omettre des renseignements clés. Le langage utilisé dans les offres (qu'elles soient écrites ou orales) doit être adapté au public qu'elles visent.

---

<sup>105</sup> *Op. Cit.*, Note 78, **COMMUNICATIONS ALLIANCE LTD.** *Telecommunications Consumer Protections Code C628:2012*, Industry Code.

Les fournisseurs de SSF doivent, tant pour les postpayés que pour les prépayés, mettre à la disposition des consommateurs des résumés de chaque offre disponible afin de permettre d'effectuer une comparaison entre les différentes offres sur le marché. Ce résumé doit être intitulé « Critical Information Summary ». Le TCP impose aussi les renseignements qui doivent s'y retrouver, ainsi que l'ordre dans lequel ils doivent apparaître (art. 4.2.1 a). Parmi les éléments qui doivent faire partie du résumé, on retrouve :

- Une rubrique intitulée « Information sur le service » contenant la description du service, la période du contrat, les inclusions/exclusions et toute autre condition, limitation ou restriction importantes, etc.
- Une rubrique intitulée « Information sur les prix » contenant, lorsqu'il est possible de le calculer, le paiement mensuel minimal/maximal, etc. Lorsque le service offert est illimité, le fournisseur doit aussi inclure dans cette section l'information sur les appels/SMS standards, ainsi que le prix d'utilisation d'un MB à travers le pays, etc.
- Une rubrique intitulée « Autres renseignements » sous laquelle on doit retrouver, ce qui suit, lorsqu'applicable :
  - un lien vers l'endroit sur le site Internet du fournisseur où le consommateur peut obtenir l'information sur son usage ou des instructions sur l'endroit où trouver de tels renseignements;
  - des avis sur les frais d'itinérance;
  - des détails sur les coordonnées du service à la clientèle;
  - de l'information sur l'accès au service de traitement des plaintes interne; et
  - les coordonnées de l'Ombudsman de l'industrie des télécommunications.

Le résumé doit faire l'objet d'un document à part, afin d'éviter toute confusion. Il peut également contenir toute autre information que le fournisseur estime être pertinente (art. 4.1.2b). De plus il doit être facilement accessible sur son site Internet, ainsi que dans ses magasins, écrit dans un langage compréhensible sur un document d'un maximum de deux pages de type A4 et ne contenir que de l'information à jour (4.1.2 d) à h)).

Le TCP prévoit également une obligation pour le fournisseur de poster certains éléments d'information sur son site Internet, tels que la description du service et ses principales caractéristiques techniques, ou la manière de les trouver, l'information relative à la facturation (format de la facture, options, période), à la couverture du service, etc. (art. 4.1.3).

Le TCP va encore plus loin : si le consommateur indique au fournisseur un besoin particulier, ce dernier a l'obligation de lui indiquer le service qui comblerait le mieux ce besoin, de lui fournir une information complète sur ce service et de lui donner l'occasion de vérifier si le service convient à ce besoin particulier (4.1.4). Le fournisseur a en outre, entre autres, l'obligation de former son personnel afin qu'il soit en mesure de comprendre les besoins des consommateurs et de les orienter en tenant compte de ces besoins.

Le TCP encadre de plus la publicité des FSSF (4.2) et leurs pratiques de vente (4.3). Le FSSF doit donner de ses produits une description complète et honnête, sans exagérer ni passer sous silence des renseignements clés qui sont susceptibles d'importer dans la prise de décision du consommateur.

Le fournisseur est tenu d'obtenir le consentement exprès du consommateur à la conclusion du contrat et conserver des preuves de ce consentement (art. 4.3.4).

La section 4.5 du TCP impose aux fournisseurs de mettre à la disposition des consommateurs, à un endroit facile à trouver sur son site Web, un contrat type (a Supplier's Standard Form Customer Contract), et d'en fournir sans frais une copie sur demande. Le contrat type doit être rédigé en langage aussi simple que possible, être clair et cohérent, et contenir toutes les conditions de l'entente présentées dans un ordre logique. Le contrat type ne doit bien sûr contenir aucune clause abusive (« unfair »).

Malgré qu'il ne précise pas la manière, ni le moment exact, le TCP exige aussi, de la part des fournisseurs - comme le fait le Code canadien - d'informer le consommateur sur les façons de contacter le service à la clientèle, mais ajoute aussi que les réponses aux demandes des consommateurs doivent être rapides et efficaces. Les fournisseurs doivent conserver des dossiers sur leurs interactions avec les consommateurs et utiliser un système qui permette au personnel chargé du service à la clientèle d'utiliser l'historique des données pour mieux aider les consommateurs.

Si les fournisseurs ne respectent pas les obligations d'information prévues au TCP, et surtout si ce non-respect est systémique, l'ACMA peut enquêter et leur imposer de s'y conformer. En cas de refus, les fournisseurs s'exposent au risque de faire l'objet d'un avis d'infraction.

L'Australie va ainsi plus loin que le Canada en matière d'encadrement de vente de services sans fil, imposant des obligations pour les relations avec les consommateurs (et non seulement avec les clients des FSSF, comme le fait malheureusement le Code du CRTC), et imposant aux fournisseurs de rendre disponibles ses contrats types et un résumé du service offert, et ce, avant la vente.

### 4.3 France

En France, la responsabilité de réglementer en matière de services sans fil a été confiée à l'Autorité de régulations des communications électroniques et des postes (ARCEP).

L'ARCEP, dans des résultats publiés au début de 2015, note que l'utilisation des services prépayés est en baisse depuis 2012 :

*Le nombre de cartes SIM en service atteint 79,9 millions au 31 décembre 2014, dont 15 % sont des cartes " non-voix " (cartes SIM internet exclusives et cartes " MtoM " [Machine to Machine]). La croissance du marché (+ 3,1 millions en un an au quatrième trimestre 2014) reste portée par les forfaits classiques, en hausse de 2,9 millions en un an, et les cartes " MtoM ", en croissance de 1,4 million. A l'inverse, le nombre de cartes prépayées baisse depuis le milieu de l'année 2012 (- 1,1 million au quatrième trimestre 2014).*

[...]

*Le nombre de cartes prépayées se réduit depuis le milieu de l'année 2012 (-7,2 % en rythme annuel au quatrième trimestre 2014 soit -1,1 million), de même que le nombre de cartes prépayées actives (en recul de 1,3 million par rapport au quatrième trimestre 2013)<sup>106</sup>.*

Le Code des postes et des communications électroniques (CPCE) prévoit que la fourniture au public de services de communications électroniques est soumise au respect des règles portant sur l'information, « notamment sur les conditions contractuelles de fourniture du service, et la protection des utilisateurs », qui imposent entre autres aux fournisseurs de « mettre à disposition des utilisateurs les informations mentionnées à l'article L. 121-83-1 du code de la consommation »<sup>107</sup>.

*L. 121-83 Tout contrat souscrit par un consommateur avec un fournisseur de services de communications électroniques [...] doit comporter au moins les informations suivantes sous une forme claire, détaillée et aisément accessible :*

*L'identité et l'adresse du fournisseur ;*

- a) Les services offerts, leur niveau de qualité et le délai nécessaire pour en assurer la prestation;*
- b) Le détail des tarifs pratiqués, notamment les frais de résiliation et les frais de portabilité des numéros et autres identifiants, les moyens par lesquels des informations actualisées sur l'ensemble des tarifs applicables et des frais de maintenance peuvent être obtenues et les modes de paiement proposés ainsi que leurs conditions ;*
- c) Les compensations et formules de remboursement applicables si le niveau de qualité des services prévus dans le contrat n'est pas atteint ;*
- d) La durée du contrat, les conditions de renouvellement et d'interruption des services et du contrat ;*

---

<sup>106</sup> **AUTORITÉ DE RÉGULATIONS DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES.** *Observatoire des marchés des communications électroniques en France – Observatoire des investissements et de l'emploi – 4<sup>e</sup> trimestre 2014 – résultats définitifs (2 avril 2015)*, Paris, France, avril 2015. [En ligne] <http://www.arcep.fr/index.php?id=12773> (page consultée le 15 mai 2015).

<sup>107</sup> **AUTORITÉ DE RÉGULATIONS DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES.** *Code des postes et des communications électroniques*, art. L 33-1, Paris, France, 26 juillet 2013, 122 pages. Voir p. 35, art. L32, 1) et 6) pour les définitions. [En ligne] <http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/textes/lois/cpce-legis.pdf> (document consulté le 15 mai 2015).

- e) Les modes de règlement amiable des différends notamment la possibilité de recourir à un médiateur ;
- f) Les procédures mises en place par le fournisseur pour mesurer et orienter le trafic de manière à éviter de saturer ou sursaturer une ligne du réseau et sur leurs conséquences en matière de qualité du service ;
- g) Les services après-vente fournis, ainsi que les modalités permettant de contacter ces services ;
- h) Les restrictions à l'accès à des services et à leur utilisation, ainsi qu'à celle des équipements terminaux fournis ;

[...]

L. 121-83-1 Tout fournisseur de services de communications électroniques au sens du 6° de l'article L. 32 du code des postes et des communications électroniques met à la disposition des consommateurs, sous une forme claire, comparable, actualisée et facilement accessible, et tient à jour dans ses points de vente et par un moyen téléphonique ou électronique accessible en temps réel à un tarif raisonnable les informations suivantes :

- les informations visées aux articles L. 111-1, L. 121-83 et, le cas échéant, L. 121-18 du présent code ;
- les produits et services destinés aux consommateurs handicapés ;
- les conséquences juridiques de l'utilisation des services de communications électroniques pour se livrer à des activités illicites ou diffuser des contenus préjudiciables, en particulier lorsqu'ils peuvent porter atteinte au respect des droits et des libertés d'autrui, y compris les atteintes aux droits d'auteur et aux droits voisins<sup>108</sup> ;

L'article 121-18 porte sur les contrats conclus hors établissement. L'article 111-1, quant à lui, porte sur l'obligation générale d'information précontractuelle :

*Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat de vente de biens ou de fourniture de services, le professionnel communique au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes :*

- 1° Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, compte tenu du support de communication utilisé et du bien ou service concerné ;
- 2° Le prix du bien ou du service, en application des articles L. 113-3 et L. 113-3-1 ;
- 3° En l'absence d'exécution immédiate du contrat, la date ou le délai auquel le professionnel s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service ;
- 4° Les informations relatives à son identité, à ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques et à ses activités, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte, ainsi que, s'il y a lieu, celles relatives aux garanties légales, aux fonctionnalités du contenu numérique et, le cas échéant, à son interopérabilité, à l'existence et aux modalités de mise en œuvre des garanties et aux autres conditions contractuelles.

[...]

---

<sup>108</sup> Code de la consommation, Droit.org, Paris, France, 8 mai 2015. [En ligne] <http://codes.droit.org/cod/consommation.pdf> (document consulté le 15 mai 2015).

Le code de la consommation prévoit à son article L. 121-85-1 que « *Tout manquement aux articles L. 121-83 à L. 121-84-11 est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3000 € pour une personne physique et 15 000 € pour une personne morale.* » La même peine se retrouve à l'article L. 111-6 et s'applique dans les cas où il y a manquement à l'article L. 111-1.

La France n'a donc pas adopté de dispositions spécifiques en matière de divulgation d'information dans le cadre des contrats de FSSF prépayés. On constate toutefois que les dispositions d'application générale en matière de droit de la consommation couvrent déjà assez précisément les problématiques qui se posent en matière de SSF. On retiendra de plus que ces dispositions, comme elles se retrouvent à la loi de protection du consommateur, ouvrent la porte, en cas de violation par le commerçant, tant à des recours civils par les consommateurs qu'à des recours administratifs ou pénaux.

#### 4.4 Royaume-Uni

L'organisme de réglementation en matière de télécommunications au Royaume-Uni, l'Office of Communications (Ofcom) est un organisme indépendant qui exerce aussi sa compétence en matière de concurrence dans le domaine des télécommunications.

Les achats de SSF prépayés par les consommateurs ne sont pas spécifiquement réglementés au Royaume-Uni. Cependant, on trouve dans les Conditions générales (CG)<sup>109</sup> qui régissent les fournisseurs de téléphonie mobile, certaines obligations qui s'appliquent tant aux prépayés<sup>110</sup> qu'aux postpayés.

En matière de vente et de publicité de SSF, les CG interdisent aux fournisseurs les conduites trompeuses ou malhonnêtes, agressives ou inappropriées (art. 23.2<sup>111</sup>).

---

<sup>109</sup> **OFcom**, *Consolidated version of general conditions as at 26 February 2016 (including annotations)*. OFcom, Londres, Royaume-Uni, 26 février 2015, 100 pages. [En ligne]

[http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/telecoms/ga/CONSOLIDATED\\_VERSION\\_OF\\_GENERAL\\_CONDITIONS\\_AS\\_AT\\_26\\_FEBRUARY\\_2015\\_.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/telecoms/ga/CONSOLIDATED_VERSION_OF_GENERAL_CONDITIONS_AS_AT_26_FEBRUARY_2015_.pdf) (document consulté le 11 mai 2015).

<sup>110</sup> *Ibid.*, « Prepaid Mobile Telephony Service" means a Mobile Telephony Service for which the Customer pays charges in advance of the service being provided; », CG, art. 23.22e).

<sup>111</sup> *Op. Cit.*, Note 102, **OFcom**, *Consolidated version of general conditions as at 26 February 2016 (including annotations)*.

Les CG imposent aussi aux fournisseurs de bien faire connaître aux consommateurs les obligations qui sont celles des fournisseurs en vertu des CG, en rendant accessible un sommaire de ces obligations et, sur demande, une copie de CG :

**23.3      *The Mobile Service Provider must :***

- a) *publish a comprehensive summary of its obligations under this General Condition 23 in an easily accessible and reasonably prominent manner on its website or, where there is no such website, by making it available in its registered office during normal office hours for inspection free of charge by members of the general public; and*
- b) *provide a copy of this General Condition to a Customer free of charge upon reasonable request<sup>112</sup>.*

Les Conditions générales prévoient aussi toute une série d'obligations relativement à l'information qui doit être fournie au consommateur avant la conclusion du contrat. Malheureusement, le texte prévoit que ces obligations ne sont pas applicables lors de la vente de prépayés. Comme au Canada, les encadrements pour ces deux types de service, prépayés et postpayés, sont donc asymétriques, une meilleure protection étant consentie aux consommateurs qui achètent des SSF postpayés.

Les contrats de prépayés restent, heureusement, visés par les dispositions qui se retrouvent à la section 9 des CG, qui prévoient l'information qui doit se retrouver dans les contrats conclus entre un consommateur et un fournisseur, dont : nom et adresse du fournisseur, service fourni, détails sur les prix et tarifs, durée du contrat, conditions de renouvellement et de résiliation, ainsi que la manière d'initier des procédures pour régler les différends liés aux contrats.

---

<sup>112</sup> *Ibid.*

## 5. Conclusion

*The lack of take-up of prepaid plans in Canada is primarily a problem of supply not demand (OECD, 2013, pp. 21-22). As we saw above, prepaid, no-commitment plans are becoming standard in many countries, notably the UK, France, Israel and, most significant in light of cultural, market and geographical proximity, the US, especially since TMUS doubled down on its 'challenger brand' image after the DOJ foiled its bid to merge with AT&T. The rapid growth of MVNOs and prepaid subscriptions in the United States is moving that country closer to the rest of the world, while leaving Canada further on its own and laying bare the dubious assertion [...] that prepaid plans are somehow foreign to the North American mentality. Indeed, on the measures of penetration and the FCC's range of price measures, the U.S. now ranks in the top ten and well-ahead of Canada.*

### CANADIAN MEDIA CONCENTRATION RESEARCH PROJECT

*Mobile Wireless in Canada: Recognizing the problems and approaching solutions*<sup>113</sup>.

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes a adopté en 2013 un Code sur la téléphonie sans fil qui regroupe des dispositions portant sur les services sans fil (SSF) postpayés et prépayés ; si le Code confère certaines protections intéressantes aux consommateurs de postpayés, il en confère par contre beaucoup moins aux consommateurs de prépayés. De plus, la manière dont il le fait, soit en mentionnant uniquement que, pour les prépayés, certains articles ne trouvent pas application, fait en sorte que la portée des protections qui demeurent n'est pas tout à fait claire ; la lecture des articles qui sont applicables et leur interprétation a contrario à partir des articles qui ne sont pas applicables soulève par exemple des doutes sur l'obligation de conclure un contrat écrit en matière de prépayé.

Les consommateurs qui choisissent le prépayé sont moins informés et moins protégés. Une des avancées du Code, par exemple, est d'imposer aux fournisseurs de services sans fil (FSSF) de remettre à leurs clients un résumé des éléments importants du contrat, qui peuvent autrement se retrouver perdus dans les méandres des Modalités de service ; il aurait certes été préférable que le CRTC impose aux fournisseurs la remise de ce document avant la conclusion du contrat, ce qui aurait permis au consommateur de bien comprendre ce à quoi il allait s'engager et de comparer aisément avec les offres des autres fournisseurs – c'est d'ailleurs l'approche adoptée par l'Australie, qui précise par ailleurs le contenu et la forme de ces résumés. L'utilité de ce document tel qu'imposé par le CRTC n'est tout de même pas à négliger. Il confirme, brièvement et lisiblement, les obligations sur lesquelles les parties se sont entendues, et permet au consommateur de disposer d'une preuve claire en cas de différend. Il est alors difficile de comprendre en quoi l'utilité serait moindre pour les consommateurs de prépayés – le CRTC a pourtant jugé bon de ne pas imposer cette obligation lors de la vente de prépayés. Notre enquête terrain nous a permis de constater que cette obligation ne serait certes pas exorbitante : certains des SSF enquêtés ont en effet suivi la recommandation du CRTC et fournissent spontanément un tel résumé à leurs clients lors d'achats de prépayés conclus en

<sup>113</sup> CANADIAN MEDIA CONCENTRATION RESEARCH PROJECT. *Mobile Wireless in Canada: Recognizing the problems and approaching solutions*, mars 2014, 73 pages. Voir p. 38. [En ligne] <http://www.cmcrp.org/wp-content/uploads/2014/03/Mobile-Wireless-in-Canada-Final-Report.pdf> (document consulté le 18 décembre 2014).

personne. Cependant, trop peu l'ont fait à ce jour – le CRTC devra vraisemblablement l'imposer s'il désire réellement voir cette pratique adoptée par l'ensemble des fournisseurs.

De même, le Code impose au fournisseur, dans le cas de vente de services postpayés, de remettre à ses clients copie du contrat et des documents connexes, ce qu'il n'impose pas dans le cas des prépayés. Pourquoi les clients de ces services, qui sont souvent des consommateurs plus vulnérables, ne méritent-ils pas des protections équivalentes?

Les utilisateurs de prépayés sont donc largement laissés pour compte : les obligations d'information asymétriques entre le postpayé et le prépayé font en sorte qu'ils sont moins adéquatement informés, et ce, d'autant plus que les FSSF semblent, comme nous a permis de le constater notre enquête, peiner à respecter le peu d'obligations que le Code sur les services sans fil leur impose – la clarté des renseignements fournis laisse souvent à désirer, et tous les renseignements que le Code leur impose de fournir ne sont pas toujours communiqués.

En effet, malgré que les fournisseurs, dans les rapports de conformité présentés en janvier 2014 au CRTC suite à l'entrée en vigueur du Code indiquent qu'ils respectent intégralement leurs nouvelles obligations lors de la vente des prépayés, notre enquête nous a permis de constater que, par exemple, les fournisseurs, une fois sur deux, ne font aucune mention du CPRST au moment de la conclusion du contrat de prépayé. Aucune information à cet effet ne se retrouve non plus dans leurs modalités de service, un document qui n'est même pas fourni au moment de, ou après la conclusion du contrat.

Les lois provinciales imposent généralement elles aussi des obligations d'information et, dans certains cas, des obligations liées à la forme des contrats. Les lois provinciales, lorsqu'elles prévoient des protections pour les consommateurs de SSF, ne font pas de discrimination entre les consommateurs qui optent pour des services postpayés et ceux qui choisissent le prépayé. Au Québec, par exemple, le contrat à exécution successive de service fourni à distance, dont le contrat de services sans fil, qu'il soit à durée limitée ou illimitée, prépayé ou postpayé, doit être constaté par écrit. Il en va d'ailleurs de même, généralement, pour les contrats conclus à distance, l'absence de copie du contrat pouvant même constituer un motif suffisant d'annulation. Comment tolérer, alors, que, non seulement, aucun contrat écrit qui respecte la forme prescrite ne soit remis au consommateur, mais que les fournisseurs assurent même au consommateur qu'aucun contrat ne les lie?

Le Code sur les services sans fil a été mis en place par le CRTC afin d'assurer l'uniformité de certaines pratiques chez les fournisseurs afin que les consommateurs soient mieux protégés, et notamment, qu'ils puissent porter leurs différends devant le CPRST pour un traitement rapide. Le consommateur dispose bien sûr, lors de différends en matière de prépayés, des recours que lui garantissent les lois provinciales. Cela dit, le consommateur dispose aussi de ces recours civils lorsqu'il conclut un contrat de postpayé. Il semble alors inexplicable que le CRTC hésite à étendre aux services prépayés les obligations qu'il a imposées pour le postpayé, attendu que plusieurs de ces obligations sont déjà prévues aux lois provinciales et que les exclusions prévues au Code n'ont souvent pour seul effet que de priver les consommateurs de l'accès à un mode de règlement des conflits, le CPRST, auquel peuvent par ailleurs avoir recours les consommateurs de postpayé.

Il y a, entre les SSF prépayés et les postpayés, plus de similitudes que de différences notables. La distinction majeure tient probablement au fait que les services postpayés sont encore très souvent conclus en incluant le financement d'un appareil, ce qui n'est évidemment pas le cas pour le prépayé. Tant le CRTC que les législateurs provinciaux se sont penchés sur cette question, et cet aspect des contrats postpayés est maintenant largement traité, les abus qui étaient courants (c'est-à-dire ceux qui portaient sur les frais de résiliation) ayant été étroitement encadrés.

Il ne semble aujourd'hui y avoir aucune raison valable de discriminer les consommateurs en permettant que leur soit offerte moins d'information et reconnus moins de droits uniquement parce qu'ils optent pour des SSF prépayés. Ce type de services étant bien souvent choisi par des clientèles plus vulnérables, pour lesquelles des efforts d'information et de protection particuliers devraient être faits, le temps est venu de réviser le Code sur les services sans fil afin d'établir une meilleure symétrie entre les deux types de services.

Notre étude nous a encore une fois fait réaliser l'importance de la communication de renseignements avant la conclusion du contrat. Si les objectifs de l'intervention du CRTC lors de l'adoption du Code étaient à la fois de mieux protéger le consommateur, notamment en imposant une information plus claire et plus complète, et de faire jouer plus efficacement la concurrence, en abaissant certaines barrières à la mobilité, notamment, il nous semble que ces deux objectifs pourraient être atteints plus efficacement si le Code, plutôt que de ne s'intéresser qu'à l'information fournie une fois le contrat conclu, imposait des règles strictes concernant l'information précontractuelle – à commencer par le résumé des renseignements essentiels. À l'exemple de l'Australie, et à l'exemple des législations provinciales qui insistent, dans certains domaines, pour une information précontractuelle plus complète, en vue d'assurer que les consommateurs sont bien au fait de ce qu'ils s'approprient à acheter, des modalités qui les lieront et des obligations auxquelles s'engage le commerçant, le CRTC serait donc bien venu d'envisager d'imposer la remise avant la conclusion du contrat d'un résumé des éléments essentiels du contrat, et ce, tant pour les services prépayés que pour les postpayés.

## 6. Recommandations

---

- Attendu que les similitudes entre les services sans fil (SSF) postpayés et prépayés sont très grandes ;
- Attendu que les consommateurs qui optent pour des SSF prépayés se voient offrir des protections inférieures par le Code sur les services sans fil ;
- Attendu que les services prépayés sont souvent choisis par des clientèles plus vulnérables ;
- Attendu que les lois de protection du consommateur ne font normalement pas de distinction entre ces deux types de services lorsqu'elles encadrent les SSF ;
- Attendu que plusieurs des obligations auxquelles le Code soustrait les fournisseurs de services sans fil (FSSF) lorsqu'ils offrent des services prépayés leur sont de toute façon imposées par des lois provinciales ;
- Attendu que dans son rapport 2012-2013, le CPRST mentionnait que 21.5 % des problèmes rapportés reliés à la facturation en matière de SSF relevaient du secteur du prépayé ;
  1. **Union des consommateurs recommande** que le CRTC révisé le Code sur les services sans fil afin d'assurer qu'il offre des protections égales aux consommateurs qui optent pour des SSF prépayés et à ceux qui choisissent le postpayé, notamment sur le plan de l'information et de la communication de documents;
- Attendu que le Code canadien dispose que les contrats écrits du FSSF doivent être rédigés dans un langage clair que le consommateur puisse facilement lire et comprendre ;
- Attendu que dans leurs rapports de conformité soumis au CRTC en janvier 2014 les FSSF indiquent qu'ils remplissent cette obligation ;
- Attendu que les FSSF, dans leurs rapports de conformité, indiquent également que lorsqu'ils parlent de contrat ils réfèrent généralement, en matière de prépayé, à leurs Modalités de service ;
- Attendu que notre enquête terrain démontre que les Modalités de service des FSSF sont excessivement prolixes, ce qui est susceptible de dissuader les consommateurs de les lire ;
- Attendu que le langage utilisé dans ces documents est trop souvent inutilement complexe, embrouillé, voire incompréhensible ;
- Attendu que, dans ces Modalités de service, on retrouve de l'information qui porte principalement sur les SSF postpayés, mais aussi de l'information essentielle applicable aux SSF prépayés, et qu'il est souvent très difficile de déceler exactement les parties qui peuvent s'appliquer (ou ne pas s'appliquer) à ce dernier type de services ;
- Attendu que notre enquête terrain a démontré que le consommateur peut avoir beaucoup de difficulté à s'y retrouver dans le pêle-mêle des documents contractuels remplis de renseignements portant sur plusieurs sujets différents et non reliés entre eux ou avec son service (lorsque cette information lui est fournie non pas de manière séparée, mais plutôt pas un renvoi aux Modalités de service) ;
  2. **Union des consommateurs recommande** que le CRTC revienne le Code canadien afin de préciser ce que signifient les termes « langage clair » et « langage simple » dans le contexte de documents dont le but est d'informer honnêtement le consommateur;
  3. **Union des consommateurs recommande** que le CRTC évalue la pertinence de mettre sur pied un comité qui serait chargé d'étudier la manière de communiquer plus

clairement aux consommateurs le contenu, notamment, des contrats, des Modalités de service des fournisseurs et autres documents connexes afin d'assurer qu'ils soient lisibles pour un consommateur moyen et conformes aux encadrements existants ;

4. **Union des consommateurs recommande** au CRTC, s'il devait conclure à la pertinence de la mise sur pied de tel comité, de veiller à ce que des groupes de consommateurs fassent partie de ce comité, et que des ressources suffisantes leur soient allouées pour garantir une participation adéquate.

- Attendu que le Code canadien oblige les FSSF à fournir aux consommateurs, après la conclusion d'un contrat de SSF postpayés, un résumé des conditions essentielles du contrat ;
  - Attendu que les utilisateurs de postpayés et de prépayés ont droit à des protections égales;
  - Attendu que le résumé des conditions essentielles du contrat devrait pouvoir servir au consommateur à savoir, avant de s'engager dans un contrat, les droits et les obligations auxquelles s'engagent les parties en vertu du contrat envisagé ;
  - Attendu que le résumé des conditions essentielles du contrat devrait pouvoir servir au consommateur à comparer les offres des différents fournisseurs, lui permettant ainsi de faire un choix plus éclairé et permettant à la concurrence de faire son œuvre ;
  - Attendu que les législateurs provinciaux ont, pour certains, adopté des dispositions qui imposent au commerçant en ligne de soumettre au consommateur, avant la conclusion du contrat, un résumé des conditions essentielles du contrat ;
  - Attendu le nombre de Canadiens qui concluent chaque année des contrats de téléphonie sans fil ou qui sont liés par de tels contrats ;
  - Attendu le nombre important de plaintes que soulèvent chaque année ces services ;
  - Attendu qu'une portion importante de ces plaintes porte sur l'inadéquation entre le contrat et ce qui aurait été annoncé au consommateur avant sa conclusion ;
5. **Union des consommateurs recommande** au CRTC d'étendre aux contrats prépayés l'obligation pour les FSSF de remettre au consommateur un résumé des dispositions essentielles du contrat ;
6. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de modifier le Code afin de prévoir la communication au consommateur du résumé des dispositions essentielles du contrat avant sa conclusion ;
7. **Union des consommateurs recommande** aux législateurs provinciaux l'adoption d'une disposition qui, à l'image de celle qui visent dans plusieurs provinces les contrats à distance, impose aux fournisseurs de services sans fil et autres vendeurs de ce type de services de remettre au consommateur, avant la conclusion du contrat, un résumé de ses dispositions essentielles ;
8. **Union des consommateurs recommande** aux législateurs provinciaux de prévoir un droit de résiliation en faveur du consommateur, en cas de non-remise du résumé des conditions essentielles ou en cas de non-conformité du contrat avec les conditions essentielles qui avaient été divulguées au consommateur dans le résumé avant sa conclusion.

- Attendu que la vérification de la conformité des SSF aux obligations du Code canadien se fait actuellement sur la foi des rapports de conformité complétés par les fournisseurs eux-mêmes ;
- Attendu qu'un examen des documents communiqués aux consommateurs par les fournisseurs tend à démontrer que les rapports de conformité font preuve, sur certains points, d'une complaisance certaine et d'un sens critique minimal ;
- Attendu que cet examen révèle, par exemple, l'absence fréquente de toute mention du CPRST et de sa capacité de recevoir et de traiter les plaintes ;
- Attendu que seuls des rapports de conformité rigoureux sont susceptibles de permettre au CRTC de vérifier s'il est nécessaire d'apporter des ajustements aux pratiques des fournisseurs ou au Code lui-même ;

9. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de prendre les mesures nécessaires pour obtenir des rapports de conformité rigoureux, qui lui permettront d'avoir un portrait objectif de la situation ;

10. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de confier à cette fin à un organisme neutre indépendant l'analyse des pratiques et de la documentation des FSSF en regard de la conformité au Code ;

11. **Union des consommateurs recommande** au CRTC de veiller à assurer que les FSSF assument les frais de ces enquêtes de conformité.

- Attendu que, malgré l'existence du Code sur les services sans fil et la possibilité pour les consommateurs d'avoir recours au CPRST en vue de régler leurs différends en matière de téléphonie sans fil, les utilisateurs de services de télécommunication ont droit, peu importe le type de service qu'ils utilisent, à la pleine protection que sont censées leur reconnaître les lois de protection du consommateur provinciales ;
- Attendu que les lois provinciales n'offrent pas toutes des degrés de protection égaux, que ce soit en matière de contrats de téléphonie ou de contrats à distance ;
- Attendu que le Comité des mesures en matière de consommation a pour mandat de veiller à l'harmonisation des lois provinciales de protection du consommateur ;

12. **Union des consommateurs recommande** que les législateurs provinciaux travaillent, au sein du Comité des mesures en matière de consommation, à l'harmonisation des dispositions de leurs lois de la protection du consommateur qui s'appliquent aux SSF afin d'assurer que tous les consommateurs canadiens se voient offrir la meilleure protection possible en ce domaine.

## Médiagraphie

---

### **AUTORITÉ DE RÉGULATIONS DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES.** Paris, France.

- *Observatoire des marchés des communications électroniques en France – Observatoire des investissements et de l'emploi - 4e trimestre 2014 – résultats définitifs (2 avril 2015)*, avril 2015. <http://www.arcep.fr/index.php?id=12773>
- *Code des postes et des communications électroniques*, art. L 33-1, 26 juillet 2013, 122 pages. <http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/textes/lois/cpce-legis.pdf>

**BELL CANADA.** « Modalités de service de Bell Mobilité », Bell, Ottawa, Canada, 2015, sans date. [http://www.bell.ca/Modalites\\_de\\_service\\_de\\_Bell\\_Mobilite#Agreement](http://www.bell.ca/Modalites_de_service_de_Bell_Mobilite#Agreement)

**CANADIAN MEDIA CONCENTRATION RESEARCH PROJECT.** *Mobile Wireless in Canada: Recognizing the problems and approaching solutions*, Canada, mars 2014, 73 pages. <http://www.cmcrp.org/wp-content/uploads/2014/03/Mobile-Wireless-in-Canada-Final-Report.pdf>

**CHATR.** « Modalités de service chatr » Chatr, Toronto, Ontario, Canada, sans date. [https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=GCT&\\_nfls=true&setLanguage=fr&template=rmsoservice](https://www.chatrwireless.com/web/chatr.portal;jsessionid=Pzh9VJ1hGJRJ6tRxSFCK2GRrJ15HDCwp1jR01LQtqNf5K1RpyqyH!-41530798!806384919?_nfpb=true&_pageLabel=GCT&_nfls=true&setLanguage=fr&template=rmsoservice)

**CIVIC AGENCY.** *FAQs, Complaints : Phone Companies*, États-Unis, 30 décembre 2011. <http://usa-faq.civicagency.org/answers/10295>

**COMITÉ DES MESURES EN MATIÈRE DE CONSOMMATION.** *Téléphones cellulaires*, in *Le Guide du consommateur canadien*, Bureau de la consommation, Industrie Canada, Ottawa, Ontario, Canada, sans date. <http://www.guideduconsommateur.ca/fr/topics/produits-et-services/telephones-cellulaires>

**COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS (CPRST).** Ottawa, Ontario, Canada.

- *Rapport annuel 2013-14*, 2014, 42 pages. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2013-2014/CPRST-Rapport-Annuel-2013-2014.pdf>
- *Rapport annuel 2012-13*, 2013, 52 pages. <http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2012-2013/CPRST-Rapport-Annuel-2012-2013.pdf>

**COMMUNICATIONS ALLIANCE LTD.** *Telecommunications Consumer Protections Code C628:2012*, Industry Code, Communications Alliance, North Sydney, Australia, 2012, 102 pages. [http://www.commsalliance.com.au/data/assets/pdf\\_file/0017/33128/TCP-C628\\_2012\\_May2012-Corrected-July12.pdf](http://www.commsalliance.com.au/data/assets/pdf_file/0017/33128/TCP-C628_2012_May2012-Corrected-July12.pdf)

**CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC).** Ottawa, Ontario, Canada.

- *Le Code sur les services sans fil*, CRTC, 2013. [http://www.crtc.gc.ca/fra/info\\_sht/t14.htm](http://www.crtc.gc.ca/fra/info_sht/t14.htm)
- *Code sur les services sans fil : Fiche de rendement de la mise en application*, septembre 2014. <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp140918.htm>
- *Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271 - Le Code sur les services sans fil*, 3 juin 2013, 86 pages. <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2013/2013-271.pdf>
- *Rapports de conformité*, dans *Documents connexes*, numéro de dossier 2012-557, 2012. <https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?Lang=fra&YA=2012&S=C&PA=t&PT=nc&PST=a#2012-557>
- *Rapports de conformité, DM#2054759 – 2012-557 – Compliance Report – Rogers – RogersCRTC26Nov13-1 Abridged*, 15 janvier 2014, 21 pages. <https://services.crtc.gc.ca/pub/instances-proceedings/Default-Default.aspx?Lang=fra&YA=2012&S=C&PA=t&PT=nc&PST=a#2012-557>
- *Rapport de surveillance des communications 2012*, 5 septembre 2012, 188 pages. <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2012/cmr2012.pdf>
- *Rapport de surveillance des communications 2013*, septembre 2013, 268 pages. <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2013/cmr2013.pdf>
- *Rapport de surveillance des communications 2014*, octobre 2014, 326 pages. <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2014/cmr.pdf>

**COSTCO.CA.** *Appels en tout temps*, Costco.ca, Québec, Canada, 2014.

<http://mobility.costco.ca/fr/qc/forfaits-mobilite/rogers-mobilite-196-appels-en-tout-temps/>

**CRAIG, Pierre.** « Ces contrats qu'on ne lit pas », La facture, Radio-Canada, Montréal, Québec, Canada, 7 octobre 2014 <http://ici.radio-canada.ca/tele/la-facture/2014-2015/segments/reportage/247/contrat-clause-incomprehension-signature-test-etudiant?isAutoPlay=1>

**DANNENFELDT, Diane.** *How Prepaid Cell Phones Work*, HowStuffWorks?, Atlanta, Géorgie, États-Unis, 2013. <http://electronics.howstuffworks.com/prepaid-cell-phones2.htm>

**DELAPETA, Ioana.** *La réglementation des contrats à distance : le temps d'un bilan*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, juin 2014, 194 pages.

<http://uniondesconsommateurs.ca/docu/rapports2014/04-Contrats-a-distance-f.pdf>

**FEDERAL TRADE COMMISSION.** *Statutes Enforced or Administered by the Commission*, Federal Trade Commission, Washington DC, États-Unis, sans date.

<https://www.ftc.gov/enforcement/statutes>

**GRAMMOND, Stéphanie.** « Le cellulaire le moins cher en ville », La Presse, Montréal, Québec, Canada, 13 juin 2013. <http://affaires.lapresse.ca/opinions/chroniques/stephanie-grammond/201306/12/01-4660436-le-cellulaire-le-moins-cher-en-ville.php>

**KODOO.** « Koodo Modalités de service » Koodo Mobile, Montréal, Québec, Canada, sans date. <https://www.koodomobile.com/fr/service-terms>

**LAMBERT-RACINE, Sophy.** *Limites d'usage des services d'accès à Internet mobile: informer et protéger les consommateurs*, Union des consommateurs, Montréal, Canada, juin 2013, 202 pages. <http://uniondesconsommateurs.ca/docu/telecom/18-donnees-mobiles-rapport-F-complet-Fr-revise.pdf>

**LIFSHER, Marc.** *More cellphone users switch to prepaid plans*, Phys.org, Douglas, Royaume-Uni, 22 février 2013. <http://phys.org/news/2013-02-cellphone-users-prepaid.html>

**Ofcom.** *Consolidated version of general conditions as at 26 February 2016 (including annotations)*. Ofcom, Londres, Royaume-Uni, 26 février 2015, 100 pages. [http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/telecoms/ga/CONSOLIDATED\\_VERSION\\_OF\\_GENERAL\\_CONDITIONS\\_AS\\_AT\\_26\\_FEBRUARY\\_2015\\_.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/telecoms/ga/CONSOLIDATED_VERSION_OF_GENERAL_CONDITIONS_AS_AT_26_FEBRUARY_2015_.pdf)

**PÉTRO-CANADA MOBILITÉ.** « Modalités » Mobility.petro-canada.ca, Calgary, Alberta, Canada, sans date. [http://mobility.petro-canada.ca/fr/independent/221.aspx?\\_utma=128820109.1108915054.1432119308.1432119308.1432119308.1&\\_utmb=128820109.15.8.1432119458310&\\_utmc=128820109&\\_utmz=128820109.1432119308.1.1.utmcsr=google|utmccn=\(organic\)|utmcmd=organic|utmctr=\(not%20provided\)&\\_utmv=-&\\_utmh=129442828](http://mobility.petro-canada.ca/fr/independent/221.aspx?_utma=128820109.1108915054.1432119308.1432119308.1432119308.1&_utmb=128820109.15.8.1432119458310&_utmc=128820109&_utmz=128820109.1432119308.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=(not%20provided)&_utmv=-&_utmh=129442828)

**PR NEWSWIRE.** *Experts: "Middle-Class Mainstreaming" Of Prepaid Wireless Could Push One Out Of Three U.S. Consumers To No-Contract Cell Phones In Next 12 Months*, PR Newswire, Washington, États-Unis, 19 juillet 2012. <http://www.prnewswire.com/news-releases/experts--middle-class-mainstreaming-of-prepaid-wireless-could-push-one-out-of-three-us-consumers-to-no-contract-cell-phones-in-next-12-months-163059036.html>

**ROGERS COMMUNICATIONS.** « Modalités de service Rogers », Rogers, Toronto, Ontario, Canada, 2015, 11 pages. [http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/About/TOS\\_Fr.pdf](http://www.rogers.com/cms/pdf/fr/About/TOS_Fr.pdf)

**ROSSIGNOL, Agnès.** « Des étudiants en droit à la télé », Droit inc., Montréal, Québec, Canada, 17 octobre 2014. <http://www.droit-inc.com/article13823-Des-etudiants-en-droit-a-la-tele>

**STATISTIQUES CANADA.** *Enquête sur les dépenses des ménages*, Site de Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada, 2012, dernière mise à jour 29 janvier 2014. <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/140129/dq140129a-fra.htm>

**TÉLÉCOM-INFOCONSO.FR.** *Carte SIM, verrouillage et déverrouillage des terminaux : mode d'emploi*, Telecom-Infoconso.fr, Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, Paris, France, 2 mai 2012. <http://www.telecom-infoconso.fr/carte-sim-verrouillage-et-deverrouillage-des-terminaux-mode-demploi>

**TELUS COMMUNICATIONS COMPANY.** Vancouver, Colombie-Britannique, Canada.

- « Fonctionnement du service prépayé », sans date. <http://www.telus.com/fr/qc/get-help/mobility/prepaid-plan/activation/telus-prepaid-account/support.do>
- « Modalités de service standard de la division Mobilité de TELUS », sans date. <http://www.telus.com/fr/qc/get-help/service-terms/support.doDocument1>

**UNION DES CONSOMMATEURS.** *Mettre un frein aux clauses abusives dans les contrats de consommation*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, Canada, septembre 2011, 113 pages. [http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec\\_conso/FreinClausesAbusives.pdf](http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/FreinClausesAbusives.pdf)

**URNER, Erin.** *Pre-paid calling cards: advertising, use and complaints processes in Australia*, 2013, ACCAN, Sydney, Australia, 29 pages.

<https://accan.org.au/files/Reports/REPORT%20Pre-paid%20calling%20cards%20-%20advertising%20use%20and%20complaints%20processes%20in%20Australia.pdf>

**VIRGIN MOBILE CANADA.** Ottawa, Ontario, Canada.

- « Avis légaux », sans date. <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal.html?itcid=FOT:24>
- « Modalités de service », sans date. <http://www.virginmobile.ca/fr/support/legal-terms.html>

**WIRELINE COMPETITION BUREAU.** *Local Telephone Competition: Status as of June 30, 2013*, U.S. Federal Communication Commission, Washington CD, États-Unis, juin 2014, 36 pages. [https://apps.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/DOC-327830A1.pdf](https://apps.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-327830A1.pdf)