

**Examen du Code sur les services sans fil, avis de  
consultation  
2016-293**

Observations en réplique d'Union des consommateurs



16 novembre 2016

## Table des matières

<b>UNION DES CONSOMMATEURS, LA FORCE D'UN RESEAU</b>	<b>3</b>
<b>SOMMAIRE DES POSITIONS</b>	<b>4</b>
<b>TRANSMISSION DU CONTRAT</b>	<b>5</b>
Délai	5
Format	5
<b>DONNEES MOBILES ET ELEMENTS ESSENTIELS DU CONTRAT</b>	<b>6</b>
<b>PLAFOND DE FRAIS SUPPLEMENTAIRE ET SERVICES VOCAUX</b>	<b>7</b>
<b>DEVERROUILLAGE</b>	<b>8</b>
<b>TRANSPARENCE ET AMORTISSEMENT DE L'APPAREIL</b>	<b>8</b>
<b>DURÉE DES CONTRATS</b>	<b>9</b>
<b>FRAIS DE RÉSILIATION ANTICIPÉE</b>	<b>10</b>
<b>PAIEMENT D'AVANCE ET RÉSILIATION</b>	<b>11</b>
<b>MESURE DES DONNÉES MOBILES</b>	<b>12</b>
<b>POLITIQUE DE CLARIFICATION DU CODE</b>	<b>12</b>
<b>PROMOTION DU CODE</b>	<b>12</b>
<b>MESURE DE SUCCÈS</b>	<b>13</b>
<b>PÉRIODE D'ESSAI</b>	<b>13</b>
<b>COMPÉTENCE CONSTITUTIONNELLE</b>	<b>16</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>21</b>
Addendum	22

Mémoire publié par :



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.

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

## Sommaire des positions

---

1. Union des consommateurs (UC) a étudié avec intérêt les observations initiales des autres intervenants, ainsi que plusieurs réponses aux demandes des renseignements, et souhaite maintenant formuler des répliques à la lumière de certaines des préoccupations qui ont été soulevées.
2. Nous nous attarderons principalement sur des questions que nous n'avons abordées ni dans nos observations initiales, ni dans nos réponses aux demandes de renseignements et sur lesquels nous aimerions attirer l'attention du Conseil.
3. Nous aborderons notamment :
  - les délais relatifs à la transmission des contrats et leur format de transmission : nous prenons au sérieux les préoccupations du CPRST au sujet des délais de transmission et de leur impact sur la période d'essai. Nous recommandons aussi le maintien du format papier comme format de transmission par défaut;
  - le traitement des données mobiles comme une option au contrat : nous prenons au sérieux les préoccupations du CPRST à ce sujet et nous recommandons au CRTC de sévir dans les plus brefs délais;
  - les plafonds de frais supplémentaires et les services vocaux : le CRTC devrait confirmer l'interprétation du CPRST au sujet du destinataire de l'avis. Il devrait aussi envisager l'imposition d'un plafond pour les frais de services vocaux en itinérance;
  - plusieurs points relatifs au déverrouillage (sur les conditions pour obtenir le service et la manière dont le service est offert) : le service devrait être gratuit dès que l'appareil est payé par le consommateur et le choix de la méthode de déverrouillage devrait être laissé au consommateur;
  - les problèmes de transparence concernant l'amortissement de l'appareil : le Conseil devrait étudier cette question et possiblement obliger les fournisseurs à offrir automatiquement, lors des renouvellements de contrats, un rabais équivalent au montant de l'amortissement mensuel pris en compte dans le contrat original;
  - la durée des contrats : nous croyons toujours que le plafond de 24 mois favorise la mobilité des consommateurs et les incite à faire des choix responsables;
  - les frais de résiliation anticipée : leur déplaçonnement constituerait un grave recul des droits des consommateurs; les arguments avancés en faveur du déplaçonnement ne s'appuient sur aucune démonstration de perte économique concrète qui ne puisse être amortie par d'autres moyens;
  - le paiement un mois d'avance : le Conseil devrait faire une vérification de conformité au sujet de l'abolition des délais de 30 jours que les fournisseurs imposaient avant de mettre fin au contrat, et leur ordonner de procéder au remboursement dans tous les cas où cela n'a pas été fait conformément à ses ordonnances;
  - la mesure des données mobiles : cette question pourrait faire l'objet de vérifications par le Conseil, qui pourrait aussi inciter les fournisseurs à adopter des pratiques d'information responsables;
  - la pertinence d'inclure les résultats des politiques de clarification au Code ;

- la promotion du Code et les mesures de succès : le Conseil ne peut se fier sur les plaintes au CPRST pour évaluer les effets du Code, alors que le Commissaire est toujours un recours méconnu des consommateurs.
- 4. Nous répondrons ensuite à certains commentaires qui ont été formulés au sujet de notre proposition relative à la période d'essai et nous reformulerons nos préoccupations à ce sujet pour assurer qu'elles soient susceptibles d'être mieux comprises par l'ensemble des intervenants.
- 5. Nous nous attarderons par la suite à la question de la «courtepointe» prétendument nocive de lois provinciales de protection du consommateur. À notre avis, l'approche du Conseil à ce sujet doit rester inchangée.

## Transmission du contrat

---

### Délai

- 6. Nous avons lu avec grand intérêt les préoccupations du CPRST au sujet des délais de transmission des contrats et l'effet de ces délais sur l'application de la période d'essai. Le CPRST souligne que, comme les contrats conclus à distance doivent être remis aux clients dans les quinze jours de leur conclusion, et que la période d'essai n'est garantie de durer elle-aussi que 15 jours en vertu du Code, les consommateurs pourraient voir restreinte leur capacité de se prévaloir du droit d'annulation lié à la période d'essai si le contrat n'est pas envoyé (et reçu) de manière expéditive.
- 7. Nous invitons le Conseil à prendre au sérieux cette préoccupation, puisqu'il s'agit d'une entrave supplémentaire au droit à la période d'essai. Il s'agit ici d'un argument tout à fait valable pour allonger la période d'essai à 30 jours pour l'ensemble des usagers, comme le recommande justement la Coalition. En effet, même si plusieurs des consommateurs qui concluent des contrats à distance pourraient préférer recevoir leur copie du contrat en format électronique (et qu'ils ne seraient donc pas touchés par cette problématique), il reste néanmoins que près de 20 % de ménages ne disposent toujours pas d'un ordinateur et d'un abonnement à Internet – avec une proportion notable de ménage à revenu modeste (environ 36% pour ceux qui font moins de 30 519 \$)<sup>1</sup> – et que ceux-là ne pourraient donc éviter d'être pénalisés par le délai de réception du contrat.

### Format

- 8. Plusieurs fournisseurs ont prétendu que, plutôt de faire du papier le format par défaut, le Code sur les services sans fil devrait reprendre une disposition du Code pour les fournisseurs de service de télévision et laisser le soin aux fournisseurs de choisir le format, et que le format papier ne soit fourni que sur demande.

---

<sup>1</sup> Tableau 2.0.4 Dépenses des ménages en services de communication, par quintile de revenu, 2014  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2016/cmr2.htm> (page consultée le 15 novembre 2016)

9. Cette proposition pose selon nous problème et sert davantage, visiblement, les intérêts de l'industrie que ceux des consommateurs. En effet, si le format électronique devenait le format par défaut par l'industrie, les fournisseurs n'auraient même pas à se donner la peine de vérifier si leurs clients sont abonnés à Internet, disposent d'une adresse courriel valide ou s'ils ont des compétences numériques suffisantes pour que le format numérique leur convienne. Il peut paraître étonnant de faire ces commentaires en 2016, mais répétons une fois de plus que plusieurs ménages à faible revenu ou composés de personnes âgées pourraient, du fait d'un accès déficient à Internet ou à des capacités d'utilisation limitées, notamment, préférer recevoir le contrat papier, mais, comme les consommateurs ne sont pas nécessairement des citoyens-avocats aguerris, omettre de demander le contrat papier au moment de sa conclusion, ce qui pourrait ensuite complexifier leur accès au contrat et entraîner des délais importants avant qu'ils puissent l'obtenir (et les empêcher de profiter, par exemple, des bénéfices de la période d'essai).
10. Nous souhaitons aussi mettre en garde le Conseil contre les éloges de plusieurs fournisseurs concernant le Code des fournisseurs de services de télévision. À notre avis, ce Code a été fait très rapidement et il reste fort sommaire ; il comporte, malheureusement, un niveau de protection des consommateurs nettement inférieur à celui dont ils disposent en vertu du Code sur les services sans fil et il entraînera vraisemblablement pour le CPRST et les consommateurs des difficultés d'application. Les plaintes relatives à des services groupés, par exemple, devront être traitées concurremment selon deux codes asymétriques. Cela est déjà malheureux en soi. Il ne serait selon nous ni raisonnable ni souhaitable d'utiliser ce prétexte pour niveler vers le bas le niveau de protection des consommateurs.
11. Si les fournisseurs souhaitent à ce point promouvoir l'usage du format électronique, rien ne les empêche de le faire : ils pourraient demander –verbalement– aux clients avec qui ils concluent des contrats s'ils préféreraient recevoir une copie en format électronique, par courriel (comme ont commencé à le faire certains commerces de détails pour les factures et reçus). Le fait de solliciter explicitement le consentement du client avant de procéder à l'envoi électronique ne constituerait pas, à notre avis, une infraction au Code sur les services sans fil. Mais il importe que le consommateur se fasse offrir ce choix et qu'il ait l'occasion de juger par lui-même si le format électronique lui convient, ce qu'il ne pourra évidemment faire spontanément si on le lui impose. Évidemment, peu importe le format choisi, le contrat, et toutes les copies qui pourraient être demandées subséquemment au cours de l'entente, devraient en tout temps être fournis sur demande et sans frais.

## **Données mobiles et éléments essentiels du contrat**

---

12. À notre avis il est tout à fait malhonnête de considérer l'accès aux données mobiles comme un service optionnel, en particulier si le forfait choisi par le consommateur inclut un accès, même limité, à Internet mobile. Cette qualification à titre d'accessoire consiste de toute évidence en un stratagème envisagé par les fournisseurs afin de leur permettre de modifier les conditions d'accès à Internet mobile sans avoir à en informer au préalable le consommateur ou obtenir son consentement. Il s'agit selon nous d'une

application erronée du Code et cette initiative des fournisseurs constitue une infraction. Le CPRST en est heureusement arrivé à la même conclusion.

13. Comme plusieurs autres problèmes que nous avons constatés relativement au Code, il s'agit selon nous davantage d'un problème de conformité qui peut être réglé avec une intervention diligente du Conseil auprès des fournisseurs que d'un problème découlant d'une ambiguïté dans le libellé. Libre au Conseil de modifier le Code, s'il le souhaite ; nous souhaitons tout de même le mettre en garde contre les énumérations exhaustives d'éléments qui devraient être jugés essentiels au contrat, puisque ces éléments pourront varier au gré des innovations technologiques, et que chaque nouvel élément ou nouvelle fonction seront ainsi considérés comme exclus. Par exemple, si un fournisseur donne l'accès à un abonnement payant de vidéo ou de musique en continu dans le cadre d'un contrat et qu'il l'indique dans ses publicités et autres représentations promotionnelles sur ce forfait, s'agit-il d'un élément essentiel du contrat ? À notre avis : oui. Le fait de limiter les éléments essentiels exclusivement au prix et aux conditions de service des appels, textos et données mobiles serait donc une approche qui, si elle pouvait fonctionner à court terme, pourrait aussi engendrer des dérives. La protection offerte par le Code serait en outre bien moins complète que celle que procurent les libellés plus généraux prévus par exemple à la Loi sur la protection du consommateur.

## **Plafond de frais supplémentaire et services vocaux**

---

14. Nous prenons note du fait que le CPRST a rapporté plusieurs occurrences de *bill shock* occasionnés par l'usage de services vocaux en itinérance. Nous avons également eu vent de quelques cas de consommateurs aux prises avec ce problème au fil des ans, sans qu'il nous soit possible pour autant de quantifier les occurrences de ce problème. Il est pour le moins déprimant d'avoir à dire aux consommateurs qui rencontrent ce problème que le Code ne s'applique pas à leur situation.
15. Si, dans le cadre de l'instance de télécom 2012-557 nous avons réfléchi à la possibilité de demander l'inclusion au Code de l'imposition d'un plafond de frais supplémentaires qui s'applique à tous les services (et que nous avons à l'époque rejeté cette idée), nous nous demandons aujourd'hui si l'imposition d'un plafond distinct applicable aux frais supplémentaires pour les services vocaux en itinérance ne devrait pas malgré tout être envisagé.
16. Nous souhaitons aussi réitérer notre position quant à la nécessité de veiller à ce que les plafonds de frais supplémentaires ne puissent être levés ou désactivés que par le titulaire du compte lui-même, soit celui qui payera lesdits frais supplémentaires. Les requêtes de plusieurs fournisseurs voulant que le Code prévoie que les usagers qui atteignent le plafond puissent réactiver l'accès en échange de frais supplémentaires, si elles étaient acceptées, auraient pour effet de limiter la protection des consommateurs ; permettre une telle pratique mettrait en péril l'efficacité de cette mesure adoptée par le Conseil en vue de réduire les occurrences de *bill shock*. Nous noterons d'ailleurs que le CPRST, dans son mémoire et ses annotations au Code, soulève les problèmes liés aux occurrences de *bill shock* vécues par les consommateurs, soit parce que l'avis n'a pas été envoyé au titulaire du compte, soit parce que des fournisseurs ont dénaturé la

signification de cet article du Code en permettant, dans un même compte à plusieurs usagers, d'accumuler plus de 50\$ de frais supplémentaires en multipliant le montant du plafond par le nombre d'abonnés au compte. Inversement, nous n'avons pas vu dans le dossier public de cas de consommateurs qui se plaignaient du plafonnement de leurs frais supplémentaires.

## Déverrouillage

---

17. Nous avons pris connaissance de nombreuses préoccupations des intervenants et des consommateurs au sujet du déverrouillage. Nous avons notamment pris connaissance de la proposition de la Coalition relativement à la modification des dispositions du Code qui portent sur cette question. Cette proposition semble être inspirée de plusieurs commentaires des consommateurs partagés au CRTC dans le cadre de la présente instance.
18. Nous appuyons en principe la proposition qui vise à permettre au consommateur de profiter d'un service de déverrouillage sans frais à la fin d'un contrat à durée déterminée, ou sur-le-champ pour un appareil prépayé. Nous insistons sur le principe : un consommateur ne devrait rien avoir à payer pour le déverrouillage d'un appareil qu'il aura payé en entier, peu importe le type de contrat et peu importe sa situation contractuelle avec le fournisseur auprès de qui il a acheté l'appareil. Ainsi, un consommateur devrait n'avoir à payer, pour le déverrouillage d'un l'appareil dont le prix n'a pas encore été amorti en entier, qu'un prix raisonnable et proportionnel au coût de fourniture du service. Par ailleurs, si un client décidait de résilier son service et qu'il payait les frais de résiliation anticipée, le fournisseur ne devrait pouvoir en aucun cas lui exiger le paiement de des sommes additionnelles pour déverrouiller l'appareil, ou encore refuser de déverrouiller l'appareil sous prétexte qu'il n'a plus de relation contractuelle en cours.
19. Les réponses des fournisseurs semblent indiquer qu'ils ont une manière très variable d'offrir le service de déverrouillage. Bell indique par exemple que le consommateur doit obligatoirement le contacter à distance et qu'il devra faire lui-même les manipulations sur son appareil, tandis que Vidéotron semble plutôt indiquer que les clients peuvent aussi se rendre en magasin pour faire déverrouiller leur appareil par un préposé. La pratique de Vidéotron nous semble plus favorable aux consommateurs. Compte tenu des compétences numériques variables des consommateurs, il est à notre avis tout à fait légitime qu'il revienne au client de choisir la méthode de déverrouillage qui lui convient le mieux. Il est donc illogique de laisser au libre marché le soin de dicter cette condition de service relative au déverrouillage. À notre avis tous les fournisseurs devraient laisser au consommateur la liberté de choisir ce service à distance ou en personne, et, par conséquent avoir l'obligation d'offrir ce service.

## Transparence et amortissement de l'appareil

---

20. Nous avons pris connaissance des commentaires de plusieurs intervenants au sujet du manque de transparence relatif à la valeur totale de l'amortissement de l'appareil en cours de contrat. Nous avons aussi pris de connaissance de certaines données qui



semblent indiquer qu'il n'est à peu près jamais avantageux pour les consommateurs d'acheter leur appareil indépendamment du service. Nous souhaitons faire quelques commentaires à ce sujet.

21. L'article du Code qui stipule que doit apparaître au contrat «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)» ne semble pas apporter les effets escomptés. Comme l'aura dit en d'autres termes la Coalition, il est en effet très difficile de déterminer si le « prix de détail de l'appareil » représente réellement le montant que le consommateur aura payé pour cet appareil dans le cadre de son forfait. Cette situation est d'autant plus scandaleuse que certains fournisseurs demandent de dé plafonner les frais de résiliation anticipée. Nous reviendrons sur ce point plus tard.
22. À notre avis, les consommateurs bénéficieraient d'un effort en vue d'une plus grande transparence entourant le prix qu'ils paient pour leur appareil sans fil dans le cadre de leur contrat. Nous sommes en effet d'avis qu'une plus grande transparence de la part des fournisseurs inciterait les consommateurs à faire des choix plus éclairés.
23. Évidemment, une première étape en vue d'accroître cette transparence serait d'imposer aux fournisseurs de donner accès à leurs clients qui ont fait financer leur appareil, lors du renouvellement automatique du contrat vers un contrat à durée indéterminée, à un rabais mensuel équivalant au montant correspondant (au moins) à celui qui servait de base au calcul des frais de résiliation anticipée et qui était appliqué avant que l'appareil ne soit entièrement amorti. Cela nous semble être une évidence : si le prix de l'appareil est entièrement amorti, les clients devraient voir disparaître de leur facture mensuelle les frais d'amortissement. Cette façon de différencier les frais permettrait d'indiquer de façon plus transparente encore le coût réel que représente sur le prix du forfait le financement d'un appareil, et procurerait aussi une forme de récompense aux consommateurs fidèles, qui aiderait à les garder captifs de manière saine, plutôt que de tenter de les retenir au moyen, par exemple, de frais de déverrouillage prohibitifs.
24. De même, un rabais comparable devrait être offert aux clients qui apportent leur propre appareil, plutôt que de laisser le marché offrir à sa guise des rabais à ceux qui auront payé leur appareil en entier (ce qui entraîne que les rabais, lorsqu'il y en a, sont minimes). Il serait plus juste que ces rabais soient fixés en tenant compte de la valeur réalistement liée à celle de l'appareil, qui serait prise en compte pour l'établissement du prix du forfait.

## **Durée des contrats**

---

25. Nous avons pris acte des demandes de certains fournisseurs et consommateurs qui souhaiteraient le retour des contrats de 36 mois. Il semble en effet qu'il déplaît à certains consommateurs de voir les mensualités de certains forfaits augmenter, une conséquence logique de la réduction de la durée de la période d'amortissement des appareils (cela dit, des augmentations de prix).

26. Cependant, dans la mesure où l'un des objectifs du Code était d'accroître la mobilité des consommateurs, il serait pour nous très délicat d'appuyer une telle demande de retour en arrière, d'autant plus, en outre, que notre prise en considération prioritaire des ménages à revenu modeste ne nous pousse pas à encourager l'accès plus facile à des appareils plus coûteux par le biais d'une plus longue période d'amortissement, alors que d'autres appareils, plus abordables ou de seconde main, sont aussi disponibles. Si une période d'amortissement plus courte entraîne logiquement des mensualités plus élevées, des solutions existent donc (en théorie du moins), qui devraient permettre de réduire ces mensualités en réduisant ou en éliminant les coûts d'amortissement.
27. Il est toutefois vrai qu'il semble y avoir peu d'options pour les consommateurs à revenu modeste qui souhaitent réduire ou contrôler leurs mensualités. Le nombre de concurrents canadiens indépendants dans le domaine du sans fil semble être en diminution constante, et le prix des services les plus économiques a augmenté après l'entrée en vigueur du Code, selon les données produites pour le CRTC<sup>2</sup>. Et, comme nous le mentionnions, le fait de ne pas profiter du financement d'un appareil n'a pas pour effet de réduire les frais mensuels d'un abonnement d'un montant équivalant à celui qui serait imposé pour couvrir un tel amortissement.
28. Plutôt que de modifier à nouveau le Code afin de permettre d'allonger la durée des contrats, le Conseil devrait plutôt veiller à vérifier auprès du marché que des offres concurrentielles attrayantes soient aussi disponibles pour les consommateurs à revenu modeste. L'un des objectifs du Code était effectivement «de favoriser l'établissement d'un marché plus dynamique». Il semble malheureusement que le dynamisme du marché est variable selon le budget des usagers. En somme, le Conseil devrait étudier plus soigneusement les offres de services pour les consommateurs à petit budget ainsi que la promotion de ces offres et songer à sévir si les fournisseurs ne modifient pas leurs pratiques.

## Frais de résiliation anticipée

---

29. Nous avons constaté que plusieurs fournisseurs ont demandé à ce que le Code autorise un déplafonnement des frais de résiliation anticipée, en permettant l'amortissement de montants autres que ceux qui sont strictement basés sur la valeur de l'appareil.
30. Les fournisseurs ont fait cette demande à maintes reprises, notamment au législateur québécois lors des consultations qui ont mené à l'ajout à la Loi sur la protection du consommateur d'articles sur les contrats à exécution successive de services fournis à distance.
31. Rappelons que la raison même pour laquelle différentes provinces ont décidé de légiférer en matière de protection du consommateur était d'assainir certaines pratiques malsaines du marché, et notamment celles concernant le renouvellement automatique

---

<sup>2</sup> Les services sans fil les plus économiques auraient encore augmenté en moyenne de 10% et se comparent très désavantageusement aux services comparables vendus à l'étranger  
[crtc.gc.ca/fra/publications/reports/compar/compar2016.htm](http://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/compar/compar2016.htm) (page consultée le 15 novembre 2016)

de contrat à durée fixe, l'imposition par les fournisseurs d'une période de 30 jours suivant l'avis du consommateur avant de procéder à la résiliation, ou celle de frais de résiliation exorbitants pour les consommateurs. Nous avons alors souligné à l'époque que l'appareil est le seul élément du contrat sur lequel le fournisseur subira une réelle perte économique. La fin de la fourniture du service, même si le forfait était soumis à une promotion, n'entraîne pas de coût tangible pour le fournisseur (elle lui évite même, en fait, les coûts liés à la fourniture du service). Soulignons par ailleurs que ni le prix de l'appareil, ni le prix du service, ne sont réglementés, et que les fournisseurs ont amplement de marge de manœuvre pour amortir les coûts difficilement tangibles liés à la perte d'un client. Les autres éléments que les fournisseurs aimeraient se voir rembourser incluent vraisemblablement le montant des rabais accordés sur le prix des services à l'occasion de la conclusion du contrat. Ces rabais faisant partie des outils promotionnels utilisés par les fournisseurs pour se distinguer de la maigre concurrence, il serait déraisonnable d'imposer aux consommateurs que le fournisseur n'aura malgré tout pas réussi à satisfaire et qui mettront fin à leur contrat le paiement à leur ancien fournisseur d'un supplément pour compenser les frais de promotion qui l'auront amené à conclure le contrat d'origine.

32. Dans le cadre de la consultation 2012-557, certains fournisseurs ont argué que même si un appareil n'est pas fourni dans le cadre du contrat, ils subiront tout de même certaines pertes économique, faisant notamment référence aux dépenses publicitaires. Or, rappelons que le Code sur les services sans fil, tout comme les lois provinciales, permet aux fournisseurs de contrat à durée déterminée sans appareil subventionné de recouvrer 50\$ ou 10% des mensualités restantes au contrat, une compensation à notre avis tout à fait raisonnable et qui tient compte d'une perte économique présumée, mais qui est vraisemblablement bien inférieure à celle qui est liée à la fourniture d'un appareil.
33. Rappelons aussi, et les rapports de surveillance des communications du CRTC le confirment, que les services sans fil mobile sont les plus lucratifs de tous les services de communications; ils représentent plus de 23 milliards de dollars canadiens, une industrie qui vaut plus que tout le secteur de la radiodiffusion (17,9 milliards), en hausse de 7,6% depuis 2011. Cette situation rend encore plus déraisonnable la requête formulée par plusieurs fournisseurs. Ils n'ont de toute évidence pas besoin de soutirer davantage d'argent aux consommateurs lors de la résiliation pour assurer leur pérennité, et encore moins pour couvrir leurs dépenses publicitaires.

## **Paiement d'avance et résiliation**

---

34. Nous avons pris connaissance des préoccupations de certains intervenants au sujet de clients qui ne se feraient pas rembourser, lors de résiliation, les frais mensuels au pro rata, du fait que la plupart des fournisseurs demandent dorénavant le paiement des services mensuels 30 jours d'avance. Si la résiliation prend effet à la date fixée par le Code ou par le consommateur, le fournisseur devrait dans tous les cas rembourser la différence entre le montant payé d'avance pour un mois d'utilisation et celui que représente, au pro rata, le nombre de jours restants dans le mois à compter de la date de la résiliation. Bien qu'il s'agisse du type de dommages économiques qui pourrait faire l'objet de multiples recours collectifs, nous joignons d'abord notre voix à celle de la

Coalition pour exiger des fournisseurs un remboursement de tous les clients qui ne se seraient pas fait rembourser adéquatement. Cette nouvelle pratique, qui pourrait constituer un stratagème destiné à contourner l'obligation de mettre fin au contrat au moment choisi par le consommateur, ne devrait pas être tolérée par le Conseil.

## Mesure des données mobiles

---

35. Nous avons pris connaissance des préoccupations de la Coalition sur la fiabilité des méthodes de mesure de consommation des données mobiles, préoccupation qu'a aussi exprimée le CPRST dans le passé.
36. Ce problème a encore fait les manchettes cet été<sup>3</sup>. Nous n'avons malheureusement pas de données additionnelles sur le degré de précision des mesures des données mobiles au Canada, mais une vérification pourrait certainement être faite par le Conseil afin de s'assurer que les pratiques des fournisseurs sont normalisées. Si nous n'avons pas de données sur la situation ici, il semblerait que des mesures inadéquates de données mobiles aient été identifiées aux États-Unis.
37. Il est également possible que le déficit de confiance entre les consommateurs et les fournisseurs soient occasionnés par une information confondante. Nous encourageons le Conseil, même s'il souhaite éviter ces questions dans le cadre de la présente instance, à inciter les fournisseurs à rendre disponible des renseignements plus fiables sur la consommation des données mobiles. Nos recherches sur le sujet nous ont amené à la conclusion qu'aucune estimation de consommation ne peut informer de manière parfaitement exacte un consommateur sur l'usage qu'il fera du service, la consommation de données pouvant varier d'un appareil à l'autre, et même d'une application à l'autre, et ce, même si elles offrent des services comparables.

## Politique de clarification du Code

---

38. Nous appuyons la proposition de la Coalition d'incorporer les politiques de clarification au Code sur les services sans fil. Le Conseil a en effet rendu plusieurs décisions sur le sujet au fil des ans et il sera difficile pour quiconque souhaite se renseigner sur le Code d'en connaître toutes les nuances sans prendre en compte aussi ces politiques. Dans la mesure où le Conseil semblait avoir à cœur de mettre en place un Code facile à comprendre pour les consommateurs, il devrait incorporer ces modifications directement au libellé du Code, en prenant bien soin d'éviter ce faisant de modifier le sens des clarifications qu'il a choisi d'apporter.

## Promotion du Code

---

39. Nous avons exprimé dans notre mémoire initial qu'il était à notre avis plus important de faire la promotion des recours pour les consommateurs que du Code en tant que tel.

---

<sup>3</sup> Dépassement de données mobiles: «un problème de confiance»  
<http://affaires.lapresse.ca/economie/technologie/201607/23/01-5003936-depassement-de-donnees-mobiles-un-probleme-de-confiance.php> (page consultée le 15 novembre 2016)

Nous prenons toutefois acte du fait que plusieurs groupes de consommateurs canadiens ont une autre approche. En effet, certains iront jusqu'à dire que les différentes règles de protection du consommateur atteignent un niveau d'efficacité proportionnel au niveau de connaissance des consommateurs à leur sujet. À cela nous répondrons que cela dépend du consommateur. Ceux qui ont un niveau d'alphabétisation suffisant pour comprendre leur contrat et le Code pourraient certainement tirer avantage de la connaissance de son existence et utiliser des articles du Code pour renégocier certaines clauses de leur contrat ou exiger par eux-mêmes des compensations, s'ils soupçonnent que le fournisseur l'a enfreint. Cependant, on ne peut s'attendre à ce que l'ensemble de la population connaisse le Code assez bien pour user de toutes ses subtilités et qu'il soit en mesure de le faire valoir de manière parfaitement autonome. Il est possible aussi qu'une meilleure sensibilisation au Code incite certains consommateurs à porter plainte plus rapidement au CPRST, à condition seulement de connaître l'existence du Commissaire.

40. En ce sens, nous souhaitons préciser que nous ne nous opposons pas à ce que le Conseil impose de manière accrue la promotion du Code par les fournisseurs, mais nous considérons que les retombées ne peuvent être optimales sans une promotion, en parallèle, du CPRST. L'instance sur la révision du Commissaire nous aura permis de constater qu'il peine toujours à se faire connaître et que plusieurs fournisseurs ne respecteraient pas leurs obligations de promotion. Il va de soi que le règlement de ce problème sera nécessaire pour assurer une implantation adéquate du Code.

## Mesure de succès

---

41. Nous souhaitons mettre en garde le Conseil contre les assertions des fournisseurs que le nombre des plaintes auprès du CPRST constitue nécessairement un indicateur de succès. Tant que les fournisseurs ne respecteront pas de manière uniforme leur obligation de promotion du CPRST, on ne peut pas conclure hors de tout doute que la diminution des plaintes auprès du Commissaire soit occasionnée par l'entrée en vigueur du Code. Pour l'instant, le Commissaire note aussi un nombre important d'infractions au Code, un signe à notre avis que les effets du Code ne sont toujours pas optimaux. Seulement lorsqu'on constatera une baisse constante et durable des infractions au Code, pourra-t-on véritablement mesurer avec plus grande certitude le succès de ce Code.
42. En revanche, le Conseil a tout intérêt à tenir compte des variations au revenu moyen par utilisateur depuis l'entrée en vigueur du Code, selon différents scénarios de consommation. Les rapports de Wall semblent montrer des effets nocifs pour les forfaits les plus économiques, une situation potentiellement néfaste pour les consommateurs à revenu modeste. Les taux de roulement des abonnements et les raisons de leur diminution valent la peine d'être examinés.

## Période d'essai

---

43. Nous avons pris connaissance des commentaires des fournisseurs au sujet de nos recommandations concernant la période d'essai. Les groupes de consommateurs sont

en faveur de notre proposition et ont, dans certains cas, fait des recommandations similaires. Les fournisseurs ont quant à eux rejeté l'idée, certains indiquant que nous n'avons pas démontré en quoi il est nécessaire d'imposer la promotion du service à la conclusion du contrat ou de modifier les limites dites raisonnables.

44. Pour des fins de clarté, revenons-en donc à l'ensemble des faits que nous avons présentés au Conseil à ce sujet jusqu'à présent.
45. Dans le cadre de notre étude des contrats de service sans fil<sup>4</sup>, nous avons fait plusieurs constats, au sujet de la lisibilité des renseignements au sujet de la période d'essai. Voici quelques faits saillants du rapport :

*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.*

46. Par exemple, si un fournisseur mentionnait la période d'essai sur la facture de la transaction, dans une taille de caractère très petite, d'autres ont plutôt relégué l'information vers la fin du contrat écrit ou dans les « modalités de service », soit dans une annexe au contrat principal. Ces découvertes nous avaient d'ailleurs fait réfléchir sur la lisibilité des clauses. 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<sup>5</sup>.*

47. Ce questionnement sur la visibilité des renseignements et la probabilité que les consommateurs en prennent connaissance en temps opportun font partie des raisons pour lesquelles nous recommandons qu'une mention au sujet de la période d'essai soit prévue au résumé des renseignements essentiels, et qu'elle fasse l'objet d'une divulgation au moment de la conclusion du contrat.
48. De plus, des consultations informelles auprès de consommateurs et de nos membres au sujet de leur connaissance de l'existence de la période d'essai nous ont amené à

---

<sup>4</sup> Qui étudiait de manière détaillée comment avait été appliqué le Code à l'intérieur de 13 contrats de services sans fil postpayés des principaux fournisseurs canadiens.

<sup>5</sup> 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>

constater qu'une proportion significative d'individus au Québec ne connaît toujours pas aujourd'hui le droit à la période d'essai, et ce, malgré la connaissance de l'existence du Code, et, dans le cas de non membres, celle de plusieurs des sujets traités dans ce Code. Par ailleurs, le CPRST a confirmé dans ses réponses aux demandes de renseignements du Conseil qu'il a reçu plusieurs plaintes au sujet de la période d'essai depuis l'entrée en vigueur du Code (près de 400), incluant des doléances sur l'information transmise aux consommateurs. Il suggère en outre d'inclure au résumé des renseignements essentiels les renseignements sur la période d'essai.

49. Concernant l'interdiction d'imposer des conditions additionnelles relativement au droit à la période d'essai, voici les faits. Comme la méthodologie de notre recherche impliquait de récolter principalement des contrats déjà conclus auprès de nos groupes membres et autres partenaires, nous n'avons testé la période d'essai qu'à deux reprises pour compléter notre collecte. Il vaut tout de même la peine de rappeler nos constatations :

*... 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...*

50. Cette expérience négative est d'ailleurs l'une de raisons qui nous pousse à suggérer qu'aucune autre condition que celles prévues au Code ne puisse être imposée par les fournisseurs en vue de limiter le droit à la période d'essai. L'autre raison est une mention, décelée dans les contrats d'un fournisseur, que les clients souhaitant se prévaloir de la période d'essai ne pourront faire rembourser qu'un maximum de deux appareils –une mention particulièrement préoccupante vu la popularité des forfaits de données partagées (qu'offre par ailleurs ce fournisseur).
51. Concernant les limites imposées à la période d'essai, notre recommandation est basée simplement sur la logique. Plusieurs consommateurs ne lisent souvent leur contrat que lorsque se présente un problème avec leur fournisseur. Ils sont ainsi susceptibles de dépasser sans le savoir les limites permises pendant la période d'essai. Comme l'a mentionné la Coalition, le téléchargement et la mise à jour de quelques applications populaires seulement permettra de dépasser très rapidement une limite de 50 Mo de données. Considérant que la période d'essai doit, actuellement, durer au moins 15 jours, le consommateur qui, par exemple, ne consultera son contrat qu'une semaine après sa conclusion pourrait avoir déjà dépassé les limites tout en ne faisant qu'un usage très limité, tout comme celui qui aura eu besoin de quelques appels téléphoniques pour constater que la couverture du réseau est déficiente dans sa région.

52. S'il est vrai qu'il n'est pas nécessaire qu'un consommateur ait accès, par exemple, à 3 Go de données pour tester le service, nous considérons tout de même qu'il est logique de s'attendre à ce que l'utilisateur, en particulier s'il n'a pas pu prendre connaissance en temps opportun du droit à la période d'essai et des limites très restrictives qui s'y appliquent, utilise son service en fonction des limites prévues à son forfait (par opposition à celles qui est fixée arbitrairement pour la période d'essai), dont il sera bien plus susceptible de se rappeler, et dont on peut penser qu'il veillera naturellement à répartir sur le mois.
53. Certains fournisseurs ont également soulevé le problème d'applicabilité de la méthode que nous avons proposée avec les services illimités : nous sommes tout à fait ouvert à discuter des limites qui devraient être permises dans ces circonstances, mais ne laissons pas ce détail nous empêcher de régler le problème des limites restrictives qui n'ont aucune commune mesure avec le forfait choisi par le consommateur.

## Compétence constitutionnelle

---

54. Nous avons été très déçus de constater que plusieurs fournisseurs revenaient à la charge avec leur objectif initial d'utiliser le Code sur les services sans fil pour tenter d'attaquer et même d'éradiquer les lois provinciales de protection du consommateur, qui ont d'ailleurs servi d'inspiration dans l'élaboration du présent Code. Ils dénoncent non seulement le maintien de plusieurs lois provinciales, mais aussi l'adoption d'une loi ontarienne qui encadre aussi les contrats de services sans fil.
55. Nous avons aussi constaté à notre grande déception que la Coalition prend le parti de la majorité des fournisseurs de service, allant jusqu'à prétendre que les lois provinciales sont nuisibles pour les consommateurs, notamment parce que les poursuites entamées par les autorités provinciales engendreraient des coûts pour les fournisseurs ou parce que l'existence de ces lois pourraient empêcher les consommateurs de bénéficier du Code sur les services sans fil<sup>6</sup>. À notre avis, la Coalition est tout simplement mal informée au sujet du rôle et des méthodes employées par les organismes provinciaux, ainsi que des recours que permettent les lois provinciales; c'est la seule explication plausible que nous pouvons imaginer pour expliquer cette position qui nous apparaît en totale contradiction avec des préoccupations de protection des consommateurs.

---

<sup>6</sup> Soulignons simplement ici que l'Office de la protection du consommateur reconnaît l'existence du CPRST et y fait référence sur son site internet «Solutions et recours

Pour contester les sommes qui vous sont facturées, vous pouvez :

Tenter de vous entendre avec le fournisseur. La page [Négocier avec un commerçant](#) explique comment procéder.

Faire un paiement sous réserve (sous « protêt ») (PDF, 74,8 Ko), c'est-à-dire un paiement qui couvre le montant du compte en souffrance, mais dont vous contestez la validité. Dans ce cas, vous émettez une réserve sur le paiement en vue d'une décision ultérieure prise par un tribunal, au besoin.

Si vous n'arrivez pas à vous entendre, mettre le fournisseur de services en demeure. La page [Faire une mise en demeure](#) vous explique comment procéder.

Si le fournisseur ne répond pas à votre requête, vous pouvez demander au tribunal de trancher la question. La page [Présenter une demande à la cour des petites créances](#) donne des détails à ce sujet.

Vous pouvez aussi vérifier s'il est possible de soumettre votre problème au [Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications \(CPRST\)](#). » (Nos soulignés)



56. Insistons d'abord sur quelques points : les dispositions des lois provinciales de protection du consommateur qui prévoient un niveau de protection supérieur à celui du Code ne sont pas pour autant en contradiction avec ce Code : la seule loi dont nous connaissions une disposition contradictoire, soit celle de la Nouvelle-Écosse, a été abrogée depuis l'entrée en vigueur du Code. La Cour suprême a clairement tracé la voie pour l'interprétation et l'applicabilité de lois complémentaires issues des deux paliers de gouvernement et qui touchent à des enjeux liés. Le fait de s'attaquer frontalement, dans le Code, à l'applicabilité des lois provinciales de protection du consommateur aux entreprises de télécommunications placerait non seulement les utilisateurs de services sans fil dans une situation d'incertitude juridique - les tribunaux reconnaîtraient-ils l'interprétation du partage des compétences édictée dans la loi issue de l'un ou l'autre palier, ou dans un Code adopté par l'un de ses tribunaux de régulation économique ? -, mais aussi tous les utilisateurs de services fournis à distance : ce qui inclut notamment tous les services de communications (téléphone, Internet, télévision payante...). Déjà, les contestations, sur la base constitutionnelle, de l'applicabilité de la Loi sur la protection du consommateur par les entreprises qui sont soumises à la réglementation fédérale retardent indûment les dossiers qui sont soumis aux tribunaux civils, et le succès de ces contestations, sauf pour ce qui est de la multiplication des délais, semble illusoire. Le Code n'a pas, selon nous, à tenter de trancher cette question. S'il devait tenter de le faire, il y a fort à parier que cette déclaration ferait l'objet de contestation, et que les tribunaux continueraient sur la voie tracée par la Cour suprême: les lois des deux niveaux de gouvernement doivent coexister pacifiquement, sauf en cas de contradiction. Dans ces seuls cas se posera la question d'exclusivité des champs de compétence.
57. Le Code reprend d'ailleurs ce principe : ce n'est que s'il devait y avoir des contradictions entre le Code et certaines lois provinciales (ce qui n'est pas le cas) que s'appliquera le principe de préséance du Code sur ces lois. Si la question de l'harmonisation des lois provinciales semblait poser problème, il nous semble que le comité des mesures en matière de consommation serait l'instance la plus apte à se saisir du dossier et de le traiter en évitant les conflits.
58. Tenter d'invalider l'applicabilité des lois provinciales aux entreprises de télécommunications aurait en outre comme déplorable conséquence de priver le Conseil d'alliés précieux dans sa lutte à l'assainissement du marché des services sans fil, et de priver les consommateurs de recours individuels qui permettent des compensations supérieures à celles du CPRST (quoique beaucoup moins rapide) à la Cour des petites créances ou sous forme de recours collectif, un recours dont la seule existence, vu le possible impact économique à grande échelle pour les entreprises de ce type de recours, possède déjà une force importante de persuasion envers le respect des règles établies tant par les législateurs que par le CRTC. Il est bien entendu que les entreprises aimeraient voir disparaître ce risque. Dans le meilleur intérêt des consommateurs, et dans un esprit de recherche d'assainissement du marché, il importe au contraire que ces recours demeurent possibles.
59. Aucune nouveauté dans les développements du droit depuis 2012 nous indique que les positions –très juste– du Conseil au sujet des compétences partagées avec les offices

provinciaux devraient être remises en question. Pour des fins d'efficacité, nous citerons ici les passages pertinents de nos observations à ce sujet, issues de l'avis de consultation 2012-557, pour informer l'ensemble des parties sur l'utilité des lois provinciales de protection du consommateur et des organismes chargées de l'application de ces lois.

*«... même si les propositions d'inclusion au code provenant d'entreprises privées s'inspirent de quelques passages de la LPC qui concernent plus particulièrement les télécommunications, il faut bien réaliser que les codes proposés ... ne pourraient en rien remplacer les lois provinciales déjà en vigueur ou en voie d'être mise en application pour ce qui est de la portée des protections ou des recours disponibles. Force est de constater que les suggestions des fournisseurs de services sans fil n'incluent pas, par exemple, certains éléments clés de la LPC qui s'appliquent aux fournisseurs de services sans fil tout autant qu'à l'ensemble des commerçants, puisque la loi constitue un tout cohérent. Appuyons de deux exemples simples : Si la LPC mentionne les éléments qui doivent obligatoirement figurer au contrat de télécommunications (214.2), un consommateur pourra en outre invoquer à l'encontre d'un fournisseur qui aurait omis de lui signaler une condition déterminante non prévue à cet article une disposition d'application générale, soit l'article 228 : « Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, dans une représentation qu'il fait à un consommateur, passer sous silence un fait important. ». Autre exemple : le code proposé prévoit, à son article 15.0, que les « government mandated fees » n'auront pas à être inclus obligatoirement dans le matériel promotionnel (advertising material).*

*L'article 224 de la LPC prévoit pour sa part des règles précises applicables aux prix annoncés (et non seulement au matériel promotionnel, mais l'incluant) qui rendent facultative l'inclusion des taxes et de certains droits exigibles par nos gouvernements (prévus au règlement), mais prévoit aussi à son article 227.1 : « Nul ne peut, par quelque moyen que ce soit, faire une représentation fautive ou trompeuse concernant l'existence, l'imputation, le montant ou le taux des droits exigibles en vertu d'une loi fédérale ou provinciale. » Au vu de ces deux seuls exemples (spécifions que plusieurs autres auraient pu être mentionnés), on constate bien qu'il serait déraisonnable de prétendre que les seules dispositions proposées au code, extraites, donc, de leur contexte, offriront aux consommateurs une protection égale à celle que leur garantit la LPC. De plus, il est faux d'affirmer que les codes proposés reprendront les mesures prévues à la LPC de façon équivalente.*

*Quiconque se soucie le moins d'une protection adéquate des consommateurs devrait donc logiquement rejeter cette idée qu'un code visant à normaliser les contrats des fournisseurs de services sans fil pourrait raisonnablement « remplacer » les lois de protection du consommateur applicables à ces entreprises.*

...  
*Il n'appartient bien sûr ni aux compagnies de télécommunications, ni même au Conseil, de déclarer inapplicable une loi provinciale. Une mention dans un code normatif tel que celui qui est à l'étude ne pourra en aucun cas suffire en soi pour déterminer comment résoudre, le cas échéant, un conflit entre les lois provinciales et les normes prévues à ce code, et quelles réglementations devraient avoir préséance.*

*En fait, le code fédéral et les lois provinciales pourraient être utilisés de façon concertée et complémentaire, et ne devraient pas être mis en opposition... Le Conseil, comme l'a suggéré la Cour suprême du Canada dans une série d'arrêts récents, doit viser à ce que le code, s'il est adopté, ajoute, par le biais de la complémentarité, à la protection des consommateurs.*

*En effet, les jugements récents de la Cour suprême devraient mettre en garde contre les tentatives des divers ordres du gouvernement de s'approprier de façon trop exclusive l'entière réglementation de certains secteurs d'activité. La Cour nous enseigne que le fait de s'attendre à ce que des champs de compétence puissent appartenir exclusivement au fédéral ou au provincial n'est pas réaliste et n'a pas sa raison d'être. Il importe selon elle de faire preuve de flexibilité afin de respecter l'évolution du contexte législatif canadien, et afin de respecter la diversité propre au contexte canadien. (voir notamment : Banque canadienne de l'Ouest c. Alberta, [2007] 2 R.C.S. 3, Colombie-Britannique (Procureur général) c. Lafarge Canada inc., [2007] 2 R.C.S. 86, Renvoi relatif à la Loi sur les valeurs mobilières [2011] 3 R.C.S. 837.)*

*En ce sens, dans le contexte où les télécommunications sont typiquement de compétence fédérale, mais que les questions contractuelles sont de compétence provinciale, il n'y a aucun doute que la meilleure façon de procéder est de mettre en place un code qui sera compatible et complémentaire aux réglementations provinciales...*

*Rappelons en effet l'importance des recours existants, et le fait que même si les suggestions des fournisseurs de services sans fil mobiles avaient inclus toutes les dispositions les plus sévères déjà prévues dans l'ensemble des lois provinciales adoptées ou en voie d'adoption, le code ne peut pas équivaloir et se substituer aux recours déjà présents dans certaines provinces.*

*Afin d'illustrer cette affirmation, nous souhaitons prioritairement rappeler les recours déjà existants au Québec, en vertu de la LPC et du Code civil, et leurs impacts sur les commerçants et les consommateurs, des recours qu'il serait fort probablement assez difficiles à reproduire à l'aide uniquement d'un organisme aux allures d'ombudsman comme le CPRST...*

**Recours actuels pour les consommateurs et responsabilité des commerçants**

*Un consommateur du Québec qui rencontre des problèmes avec son fournisseur de service sans fil mobile peut faire valoir ses droits de nombreuses façons.*

*Le consommateur peut entreprendre des recours individuels ou collectifs, par le biais desquels il pourra obtenir la réduction ou l'exécution de l'obligation ou l'autorisation de la faire exécuter aux frais du commerçant ou du fabricant, la résiliation, la résolution ou la nullité du contrat, de même que des dommages-intérêts, dans tous les cas, ainsi que des dommages-intérêts punitifs. Fait important, en vertu de la LPC, le consommateur peut même réclamer la nullité d'un contrat qui ne respecte pas les dispositions prévues à la loi, sans avoir à démontrer qu'il a subi un dommage.*

*Le consommateur qui rencontre un problème ou qui est soucieux de connaître ses droits peut contacter l'OPC qui pourra lui donner plusieurs informations au sujet de ses droits, qu'ils soient prévus à la LPC ou au Code civil. Sur cette base, le consommateur pourra décider en toute connaissance de cause de poursuivre son fournisseur, notamment à la Cour des petites créances, ou d'intenter ou de se joindre à un recours collectif.*

*Outre sa mission d'information et d'éducation, l'article 292 de la LPC spécifie également que l'OPC a le mandat de :*

- surveiller l'application de la présente loi et de toute autre loi en vertu de laquelle une telle surveillance lui incombe;*
- recevoir les plaintes des consommateurs;*
- faire des études concernant la protection du consommateur et, s'il y a lieu, de transmettre ses recommandations au ministre;*
- promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur, et de coopérer avec ces services ou organismes;*
- sensibiliser les commerçants, les fabricants et les publicitaires aux besoins et aux demandes des consommateurs;*
- promouvoir les intérêts des consommateurs devant un organisme gouvernemental dont les activités affectent le consommateur;*
- coopérer avec les divers ministères et organismes gouvernementaux du Québec en matière de protection du consommateur et de coordonner le travail accompli dans ce but par ces ministères et organismes;*

*En outre, l'OPC a un mandat de surveillance et d'inspection, et peut intenter des recours administratifs et pénaux. Des obligations et des amendes peuvent être imposées aux commerçants, et l'OPC peut également avoir recours aux injonctions.*

*Les consommateurs du Québec, après avoir tenté de régler un litige avec le fournisseur, peuvent également avoir recours aux services du CPRST, qui*

*tentera de régler le litige par le biais de la conciliation et de l'arbitrage. Si les principaux intéressés n'arrivent pas à une entente, le CPRST peut procéder à une enquête, pour ensuite émettre une recommandation ou une décision. Le CPRST peut exiger que des sommes soient remboursées au consommateur, des dédommagements qui n'excèdent pas 5000 \$, mais il ne peut imposer le paiement pour des dommages à caractère consécutifs ou punitifs.*

*Il est pertinent de réitérer qu'un consommateur qui porte plainte au CPRST et accepte de régler son problème en conciliation ou en arbitrage n'a pas la garantie que tous ses droits sont respectés. Certes, même si l'OPC ne dispose pas des mêmes moyens que le CPRST pour offrir des services de première ligne, le consommateur qui contacte l'organisme pourra valider si ses droits ont été bafoués et s'il est pertinent pour lui d'intenter quelque forme de recours civil.»*

## Conclusion

---

60. Nous continuons de croire que le Code sur les services sans fil est plein de potentiel et que tous ses principes méritent d'être protégés. Cependant, des problèmes de conformité semblent l'empêcher de réaliser pleinement ce potentiel et d'apporter tous les effets escomptés. Nous avons fait part dans nos observations initiales de plusieurs problèmes constatés dans le cadre de nos recherches terrains sur les services sans fil. Nous avons réitéré certaines de ces positions, lorsque pertinent, dans le cadre du présent mémoire, en plus de réagir à des préoccupations qui ont été formulées par d'autres intervenants, et que nous n'avions pas commentées jusqu'à présent, notamment au sujet des frais de résiliation anticipée, la durée des contrats ou sur les champs de compétence constitutionnelle.
61. Nous sommes déçus que plusieurs intervenants semblent vouloir tenter de profiter de la présente consultation pour inciter le Conseil à revoir ses conclusions sur certains principes phares du Code, et ce, au détriment des intérêts des consommateurs. Revenir à des contrats de trois ans, affaiblir le droit à la période d'essai en imposant des frais de restockage, faire sauter le plafond des frais de résiliation anticipée: voilà toutes des propositions qui auraient pour effet de remettre en place des barrières à la mobilité pour les consommateurs que le Code avait justement comme objectif de combattre. Le fait de permettre aux fournisseurs d'appliquer de manière anarchique les plafonds de frais supplémentaires aurait certainement pour effet de nuire à la lutte aux factures surprises, pourtant dénoncées par le Conseil dans sa décision sur le Code.
62. Comme la dernière instance sur le Code a eu lieu il y a seulement trois ans et que beaucoup d'éléments au Code ne nécessitent pas à notre avis de nouvelle réflexion, nous avons décidé, dans le cadre de la présente consultation, de minimiser les répétitions avec nos revendications de 2012 et de travailler plutôt de manière pragmatique avec le Conseil pour communiquer les problèmes d'application du Code que nous avons constatés sur le terrain afin de maximiser son efficacité pour le plus grand nombre de consommateurs possible, et ce, même si, à l'annonce du Code, nous trouvions qu'il y avait certaines dispositions qui n'allaient pas assez loin pour protéger

les consommateurs (et que nous le pensons toujours). Voilà l'approche constructive que nous avons choisie et que nous continuerons de privilégier dans les prochaines phases de la présente consultation.

## Addendum

*Prière de noter que nous avons remarqué une erreur à la page 81 de la version anglaise de notre rapport de recherche sur les effets du Code.*

*On aurait dû y lire: Nonetheless, in one case we had positive results and the contract was cancelled in less than 10 minutes, in a courteous and calm manner. The other case quickly turned into a nightmare. We were interrogated for roughly forty minutes by the salesperson (on why we wanted to cancel the service, with extensive time needed to check the use of the device with the company by phone); the salesperson accused us of using 1 GB of data in just a day and a half (even though access to mobile data had not yet even been activated on the device), etc. Meanwhile, all along, the staff was becoming less and less courteous by the minute.*

63. Nous nous excusons pour les inconvénients et avons corrigé le rapport.

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