

Instance dans le but d'établir un code obligatoire pour les services Internet

Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422

Observations initiales



19 décembre 2018

Mémoire publié par :



7000, avenue du Parc, bureau 201
Montréal (Québec) H3N 1X1
Téléphone : 514 521-6820
Sans frais : 1 888 521-6820
Télécopieur : 514 521-0736
info@uniondesconsommateurs.ca
www.uniondesconsommateurs.ca

Recherche et rédaction

- Anaïs Beaulieu-Laporte

Organismes 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
CIBES de la Mauricie
ACQC

Union des consommateurs, la force d'un réseau

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe 13 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 Internet, la santé, les produits et services financiers ainsi que les politiques sociales et fiscales.

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

© Union des consommateurs — 2018 *Reproduction autorisée, à condition que la source soit mentionnée. Toute reproduction ou utilisation à des fins commerciales est strictement interdite.*

Table des matières

COMMENTAIRES SUR LA PRÉSENTE INSTANCE : UN PROFOND MALAISE	4
SOMMAIRE EXÉCUTIF ET INTRODUCTION	6
CONTENU DU CODE SUR LES SERVICES INTERNET : POINT PAR POINT	8
OBJET DU CODE	8
PRÉAMBULE : PRINCIPES D'INTERPRÉTATION	12
SECTION A : CLARTÉ	14
Langage simple	14
Prix.....	17
Services illimités	17
Services non sollicités	19
Clarté des offres	19
SECTION B : CONTRATS ET AUTRES DOCUMENTS CONNEXES	23
Remise d'une copie permanente du contrat	23
Période de résiliation lorsque le contrat permanent diffère de l'entente du client.....	24
Contenu des contrats.....	25
SECTION C : RÉSUMÉ DES RENSEIGNEMENTS ESSENTIELS	28
Remise du résumé des renseignements essentiels.....	28
SECTION D : MODIFICATION DU CONTRAT ET DES DOCUMENTS CONNEXES	30
SECTION E : GESTION DES FACTURES	34
Avis d'utilisation complète des données mensuelles.....	34
SECTION F : QUESTIONS LIÉES À L'ÉQUIPEMENT	41
Appel de service.....	41
Rabais relatifs aux interruptions de service	42
Réparation de l'équipement fourni par le fournisseur.....	43
SECTION G : RÉSILIATION ET PROLONGATION DU CONTRAT	44
Période d'essai	44
Date de résiliation.....	48
Prolongation du contrat.....	49
SECTION H : DÉPÔTS DE GARANTIE.....	51
SECTION I : DÉBRANCHEMENT	53
DÉFINITIONS	55
MODALITÉS D'APPLICATION ET D'ADMINISTRATION DU CODE SUR LES SERVICES INTERNET	62
FOURNISSEURS VISÉS PAR LE CODE	62
CONCLUSION.....	64

COMMENTAIRES SUR LA PRÉSENTE INSTANCE : UN PROFOND MALAISE

1. D'entrée de jeu, Union des consommateurs souhaite faire quelques commentaires sur la présente consultation du Conseil.
2. Cette dernière se déroule, à notre avis et à celui de plusieurs autres commentateurs, dans un climat pour le moins embarrassant pour le Conseil. Plusieurs groupes qui participent régulièrement aux consultations du Conseil pour y représenter les intérêts des consommateurs ont publiquement dénoncé l'approche du Conseil et ont choisi de boycotter l'instance, ou ont annoncé qu'ils ne pourraient participer à la présente consultation, faute de temps et de ressources¹. En effet, le Conseil a lancé sa consultation alors que d'autres instances importantes sont en cours, et a refusé catégoriquement de revoir l'échéancier serré qu'il a imposé pour la production d'observations.
3. Bien qu'UC accueille très favorablement la volonté du Conseil de mettre en place des mesures de protection qui visent les services d'accès Internet, la soudaine urgence du Conseil à ce faire laisse perplexe. Sommes-nous vraiment à quelques mois près ? Après tout, ce type de mesures pour les services d'accès Internet est réclamé par différents groupes depuis des années déjà...
4. En raison de l'importance de s'assurer que les intérêts des consommateurs soient défendus dans l'élaboration d'un éventuel code des fournisseurs d'accès Internet, Union des consommateurs a tout de même décidé de déposer des observations dans la présente instance. Nous tenons néanmoins à signaler que le Conseil aurait dû lui aussi prendre les mesures nécessaires pour assurer une telle représentation, et ce à plus forte raison dans un dossier qui porte précisément sur des mesures de protection du consommateur. Il va de soi que les représentations d'UC, à elles seules, ne suffiront pas à pallier l'absence de celles de tous les autres intervenants qui se sont déclarés incapables de participer du fait des conditions que leur imposent la procédure et le calendrier déterminés par le Conseil.
5. D'autant plus que les présentes observations sont malheureusement incomplètes en raison du temps insuffisant alloué par le Conseil pour leur production, et en raison aussi de l'absence de conclusions dans le dossier sur les pratiques commerciales, conclusions qui pourraient avoir un impact certain sur l'approche et la portée des mesures de protection en matière de services d'accès Internet. Nos observations ne représentent donc qu'un survol de nos positions sur le Code proposé.
6. Notons également que notre participation à la présente instance n'est pas sans conséquence, puisque nous avons dû, afin de dégager les ressources nécessaires,

¹ <http://www.michaelgeist.ca/2018/12/crtcboycott/> ; <https://mobilesyrup.com/2018/11/30/act-joins-piac-in-boycotting-crtc-isp-proceeding/> ; <http://www.michaelgeist.ca/2018/12/telecom-train-wreckcrtc/>

renoncer à déposer des observations écrites auprès du Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications.

7. Inversement, plusieurs groupes ont dû se résigner à ne participer qu'à la consultation du comité fédéral. Cette situation est des plus désolantes et concourt à l'incompréhension généralisée des motifs de refus du Conseil d'octroyer un délai adéquat aux différents intervenants, qui aurait tenu compte de la multiplicité des instances touchant le secteur des télécoms. Les différents groupes de défense des droits des consommateurs et de l'intérêt public, dont les ressources sont notoirement très limitées, ne devraient pas avoir à choisir entre deux consultations aussi importantes pour l'intérêt collectif des consommateurs. D'autant plus que les fournisseurs, eux, seront en mesure de participer aux deux consultations, ayant des ressources auxquelles les groupes ne rêveraient même pas.
8. En tant que tribunal administratif, le Conseil devrait selon nous prendre tous les moyens à sa disposition pour garantir la représentation de l'intérêt public, afin d'assurer un certain équilibre face aux représentations de l'industrie – une pratique essentielle dans l'élaboration de politiques publiques. Ses démarches en ce sens ne sauraient se limiter à l'attribution des frais. On remarque d'ailleurs que cette mesure d'accès elle-même présente actuellement des failles importantes, les délais prolongés devenant peu à peu insoutenables pour les groupes.
9. En plus des problèmes d'ordre procédural, UC se questionne également sur certains choix du Conseil, qui auront assurément pour effet de limiter les bénéfices que pourront tirer les consommateurs des mesures qui seront évaluées dans la présente instance. Plus précisément, UC se désole de l'exclusion d'office de plusieurs sujets importants relatifs aux services d'accès Internet. En n'abordant finalement, essentiellement, que l'information fournie par les fournisseurs aux consommateurs de ces services, le Conseil passe selon nous à côté d'une multitude de problèmes importants et permet encore une fois aux fournisseurs de faire la loi relativement à ces questions. S'il est en effet essentiel que les consommateurs soient avisés des conditions de leur service, encore faudrait-il que ces conditions soient justes et équitables...
10. Des commentaires détaillés sur la portée du Code se trouvent dans la section *Objet du Code* plus bas.

SOMMAIRE EXÉCUTIF ET INTRODUCTION

11. Union des consommateurs a pris connaissance de l'avis de consultation 2018-422, qui présente un document de travail à l'égard du futur Code sur les services Internet, et souhaite formuler certains commentaires et recommandations.
12. Bien qu'UC accueille très favorablement la volonté du Conseil de mettre en place un *Code sur les services d'accès Internet*, nous sommes de manière générale déçu des mesures proposées et de la portée très restreinte de la présente instance.
13. Le seul objectif que le Conseil juge digne de mention pour ce nouveau Code concerne la connaissance qu'ont les consommateurs de leurs droits et obligations. UC soumet que l'objet du Code devrait être nettement plus large. S'il est effectivement essentiel que les consommateurs soient avisés par leur fournisseur des conditions du service, il est tout aussi essentiel que ces conditions soient justes et équitables. Présenter l'offre de renseignements aux consommateurs comme la panacée aux problèmes des consommateurs de services d'accès Internet est désolant et inexact.
14. Nous présenterons dans les pages qui suivent nos commentaires précis sur les différentes mesures élaborées dans le Code sur les services Internet du Conseil. Il est à noter que, faute de temps, ces commentaires demeurent limités. Beaucoup reste encore à dire sur les propositions du Conseil, sur ce qui s'y trouve et surtout, sur ce qui ne s'y trouve pas.
15. Par moment il s'agira de propositions visant à clarifier le Code. Pour d'autres situations, il s'agira plutôt de propositions de modifications visant à assurer une réelle efficacité des mesures proposées et à protéger davantage les consommateurs.
16. Avant de traiter du contenu du Code sur les services Internet, nous souhaitons toutefois traiter de deux questions préliminaires.

L'unification des codes

17. UC est d'avis que le Conseil devra ultimement fusionner les différents codes existants et que la présente instance aurait été un bon moment pour entreprendre une telle démarche.
18. Bien que certaines règles soient spécifiques à certains services, nous notons que nombre d'entre elles sont de portée générale et s'appliquent à chacun des services (copie du contrat, résumé des renseignements essentiels, période d'essai, dépôt et débranchement, etc.). Leur dissémination dans quatre codes distincts n'est assurément pas efficace et ne fait que complexifier l'accès à ces dispositions. Cet éparpillement est d'autant plus problématique du fait qu'un grand nombre de consommateurs canadiens sont abonnés à plusieurs services chez le même

fournisseur. Il devient alors complexe, tant pour les consommateurs que pour les fournisseurs, de distinguer les règles applicables selon la situation.

19. Alors que le Conseil affirme que le présent Code a pour but d'aider le consommateur à être mieux informé de ses droits et obligations, la multiplicité des codes existants nous semble un frein important à une prise de connaissance complète. Des efforts sont faits pour que le consommateur ait accès aux renseignements en provenance des fournisseurs, mais le CRTC néglige l'importance de l'accès aux instruments qui garantissent et balisent les obligations imposées aux fournisseurs.

La nécessité du Code sur les services Internet

20. Bien que le Conseil ait déjà préparé une version complète du Code, il pose aux intervenants une question préalable portant sur la nécessité dudit Code.
21. UC soumet que la nécessité de l'élaboration et la codification de mesures de protection du consommateur en matière d'accès Internet est plus qu'évidente et réfère le Conseil à ses propres commentaires, notamment aux paragraphes 11-17 et 20-21 de l'avis de consultation 2018-422. UC partage pleinement la position suivante du Conseil :

La création du Code sur les services Internet permettrait l'atteinte des objectifs de la politique prévus aux alinéas 7a), 7b), 7f) et 7h) de la Loi et est nécessaire pour répondre aux préoccupations des consommateurs relatives aux services Internet et d'autres questions connexes, notamment la clarté du contrat, la clarté des offres promotionnelles, la prévention des factures-surprises et la réduction des obstacles pour changer de fournisseur de services².

22. Il convient donc de passer immédiatement à nos commentaires détaillés au sujet du Code proposé.

² CRTC, Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422, para 3.

CONTENU DU CODE SUR LES SERVICES INTERNET : POINT PAR POINT

OBJET DU CODE

23. Comme mentionné précédemment, UC est insatisfaite de l'objet très restreint du Code proposé par le Conseil, qui est décrit comme suit :

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (Conseil) a créé le Code sur les services Internet (ou Code) afin que les consommateurs de services d'accès Internet fixes de détail (services Internet) connaissent mieux leurs droits et leurs responsabilités associés à leurs contrats avec les fournisseurs de services Internet (fournisseurs de services)³.

24. En l'espèce, nous sommes d'avis qu'un code sur les services d'accès Internet aurait dû tenter d'atteindre au moins les trois grands objectifs suivants :

- Favoriser un accès adéquat des consommateurs aux services d'accès Internet ;
- Assurer des conditions équitables dans les contrats entre les fournisseurs de services d'accès Internet et les consommateurs ;
- Assurer une meilleure connaissance par les consommateurs de leurs droits et obligations associés à leurs contrats avec les fournisseurs de services d'accès Internet.

25. S'il est vrai que les consommateurs doivent être clairement informés des conditions de leur service, il importe aussi d'assurer que ces conditions soient justes et équitables, ce qui, à la lumière du marché actuel, nécessite clairement une intervention du Conseil. UC ne peut que déplorer l'exclusion d'office de plusieurs sujets importants, qui auraient permis au Code de produire des effets bien plus importants pour les consommateurs et d'assainir quelque peu le marché des services d'accès Internet.

26. Cette vision terriblement étroite de la protection des consommateurs – qui se limite essentiellement à leur fournir des renseignements – qu'adopte le Conseil n'est malheureusement pas susceptible de permettre à ce dernier d'atteindre plusieurs des objectifs de la Politique canadienne de télécommunication⁴ vers la réalisation desquels devraient tendre ses interventions, tels que :

a) favoriser le développement ordonné des télécommunications partout au Canada en un système qui contribue à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure sociale et économique du Canada et de ses régions

³ CRTC, Annexe 1 de l'Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422.

⁴ Loi sur les télécommunications, L.C. 1993, ch. 38, art 7.

b) permettre l'accès aux Canadiens dans toutes les régions — rurales ou urbaines — du Canada à des services de télécommunication sûrs, abordables et de qualité

h) satisfaire les exigences économiques et sociales des usagers des services de télécommunication

27. Et donc, à la question du Conseil *Estimez-vous que des règles additionnelles sont nécessaires pour traiter spécifiquement les besoins de tels clients?*⁵, nous soumettons que le Conseil aurait dû intervenir notamment sur les éléments exclus suivants :

- ***Les modifications apportées aux autres codes sur la consommation du conseil***

28. Tel que mentionné précédemment, UC est d'avis que le Conseil devra ultimement fusionner les différents codes existants. Nous trouvons regrettable que le Conseil n'entreprenne pas une telle démarche dans le cadre de la présente instance et développe plutôt un quatrième code distinct qui aura pour effet d'éparpiller encore davantage les diverses mesures de protection destinées aux consommateurs de services de communication.

- ***Le rôle d'application de la loi du Conseil et son pouvoir d'imposer des sanctions administratives pécuniaires aux fournisseurs de services de télécommunication parce qu'ils ont enfreint la loi, ou des décisions ou des règlements adoptés par le Conseil en vertu de la Loi***

29. UC regrette ce refus du Conseil de traiter, d'une certaine façon, de certaines des conséquences possibles du non-respect du Code par les fournisseurs. Comment s'assurer que le Code produise les effets désirés, si les fournisseurs ne font face à aucune conséquence importante en cas de non-respect ? La CPRST peut certes, fort heureusement, aider les consommateurs à régler individuellement certains litiges. Toutefois, lorsqu'un fournisseur viole les règles mises en place par le Conseil dans ses codes, les intérêts individuels des consommateurs lésés, auxquels la CRPST aura la responsabilité de veiller, ne sont toutefois pas les seuls qui sont en jeu : l'intérêt collectif des consommateurs est également atteint par les pratiques indésirables des fournisseurs.

30. Les interventions de la CPRST, considérant le nombre limité de consommateurs qui y ont recours, et considérant que les conséquences pour le fournisseur seront essentiellement limitées à une obligation de respecter le Code et le contrat dans le dossier soumis à la CPRST, risquent peu de faire changer de façon globale et durable les pratiques des fournisseurs. Il revient au Conseil de veiller à l'intérêt collectif des consommateurs, de sévir contre les fournisseurs fautifs et de veiller à ce

⁵ CRTC, Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422, Q8(c).

que le système de communication soit « de classe mondiale », pour reprendre les termes qu'il emploie. Cette qualification ne devrait évidemment pas se limiter aux seuls aspects techniques des services ; c'est pourquoi les interventions du Conseil doivent aussi tendre à assurer que les relations entre les fournisseurs et leurs clients et le public sont empreintes de respect, et que les abus et l'exploitation sont éliminés autant que possible.

31. *Le rôle d'application de la loi du Conseil* se doit donc, d'après nous, d'être ouvertement discuté.

- ***La mesure de la large bande et les vitesses annoncées***

32. UC ne peut comprendre le refus du Conseil de mettre fin une fois pour toutes aux représentations trompeuses des fournisseurs à l'égard des vitesses de leurs services d'accès Internet. Nous continuons à croire qu'une instance portant sur un code des fournisseurs de services Internet aurait été un excellent forum pour discuter ces questions.

33. Pour justifier l'exclusion de ce sujet, le Conseil réfère au projet d'évaluation de la performance des services Internet à large bande et affirme ce qui suit :

Les données de ce projet en cours permettront entre autres aux Canadiens de mieux savoir si les services Internet offerts par les fournisseurs de services Internet (FSI) participants sont fournis aux vitesses annoncées et permettront aux FSI d'améliorer leurs réseaux pour mieux servir les clients existants et promouvoir des produits auprès de nouveaux clients⁶.

34. Encore une fois, nous estimons fort regrettable l'approche du Conseil face à ce problème flagrant. S'il est, selon plusieurs, inacceptable de voir les fournisseurs annoncer (et vendre) des services dont les caractéristiques réelles ne sont pas à la hauteur de leurs représentations et des attentes qu'elles créent chez les consommateurs, la décision de laisser les fournisseurs libres de présenter faussement leurs services et d'imposer plutôt aux consommateurs le fardeau de vérifier qui dit vrai ne nous apparaît pas comme une approche très inspirée ou courageuse.

35. Avec respect, nous soumettons qu'il est grand temps pour le Conseil de s'inspirer des initiatives développées à l'étranger et d'encadrer enfin la présentation des vitesses par les fournisseurs. Les sources d'inspiration ne manqueraient pas⁷.

⁶ CRTC, Télécom Lettre Procédurale adressée à John Lawford (Centre pour la défense de l'intérêt public), 7 décembre 2018.

⁷ Voir par exemple: OFCOM's Broadband Speeds Codes of Practice <https://www.ofcom.org.uk/phones-telecoms-and-internet/advice-for-consumers/advice/broadband-speeds-codes-practice> ; OFCOM, Better Broadband Speed Information Voluntary Code of Practice (Residential), https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0026/111698/statement-voluntary-code-practice-residential.pdf

- **Les tarifs et la concurrence du marché**

36. Nous comprenons que le Code ne vise pas à réglementer le prix des services d'accès. Nous continuons pourtant à trouver profondément injuste que les fournisseurs puissent exiger des sommes excessivement élevées pour certains des services liés à l'accès proprement dit, pour autant qu'ils en avisent les consommateurs.

37. Dans le Code proposé et dans le Code sur les services sans-fil, le Conseil a prévu certaines règles concernant le paiement de frais de résiliation anticipée et les sommes qui peuvent être exigées. Par le passé, le Conseil a également encadré les montants qui pouvaient être exigés pour le déverrouillage des appareils sans fil. Pourquoi ne pas faire de même avec les frais d'utilisation excédentaire ? Le Conseil réaffirme vouloir mettre fin au problème des factures-surprises. S'il est vrai qu'une part du problème s'explique par la difficulté des consommateurs à évaluer leur consommation de données en fonction des limites prévues à leur forfait, nous soumettons que les montants élevés des factures-surprises s'expliquent également par les sommes absolument déraisonnables qu'imposent certains fournisseurs pour les données supplémentaires, telles que :

- 4,00 \$/Go additionnel chez Bell
- 3,00 \$/Go additionnel chez Vidéotron
- 1,50 \$/Go additionnel chez Telus
- Entre 1,50 \$ et 3 \$/Go additionnel chez Rogers
- Entre 1,50 \$ et 2 \$/Go additionnel chez Cogeco.

38. Imposer au fournisseur l'obligation d'informer ses clients de ses prix visiblement abusifs est-il vraiment le mieux que le Conseil puisse faire ? Rappelons d'ailleurs que ces montants sont nettement moins élevés chez de nombreux fournisseurs indépendants, qui doivent pourtant payer les fournisseurs propriétaires d'installation, dont ceux mentionnés plus haut, pour revendre le signal.

- **Les pratiques de gestion du trafic Internet et la différenciation des prix**

39. Il nous semble que, s'agissant d'un code sur les services d'accès Internet, il aurait été approprié pour le Conseil de veiller à y intégrer les règles relatives à la neutralité du Net et aux pratiques de gestion du trafic.

40. Aussi, s'agissant d'un code sur les services d'accès Internet, nous soumettons que la **qualité des services offerts** aurait dû être traitée par le Conseil. Rappelons que les services intermittents et la perte complète du service constituent le premier motif

de plainte à la CPRST relativement aux services d'accès Internet⁸. Plusieurs des études de cas mises de l'avant par l'organisme dans son plus récent rapport annuel concernent d'ailleurs ce problème auquel le Conseil ne s'attaque nullement.

41. Nous proposons dans ce mémoire, quelques exemples concrets de mesures qui pourraient être incluses au Code, notamment en ce qui concerne les interruptions de services et les réparations.

PRÉAMBULE : PRINCIPES D'INTERPRÉTATION

42. **i(a)** : Nous comprenons difficilement pourquoi le Conseil souhaite limiter aux « clients » le droit à une interprétation à leur avantage en cas d'ambiguïté du Code. Étant donné que plusieurs des mesures prévues au Code traitent de situations qui précèdent la conclusion d'un contrat⁹, nous proposons plutôt l'ajout du terme « consommateur ». Nous nous permettons par ailleurs de proposer une formulation plus grammaticalement correcte d'un autre passage de cette disposition.
43. **i(b)** : La protection du consommateur se doit d'être considérée et traitée de façon globale et transversale – c'est-à-dire comme une préoccupation générale et non purement sectorielle. Par souci de cohérence, notamment, avec l'encadrement provincial, nous sommes d'avis qu'il devrait être spécifié qu'en plus de ceux qui sont prévus au Code, les fournisseurs de service Internet ne peuvent exiger d'un consommateur qu'il renonce aux droits prévus aux lois provinciales de protection du consommateur. En effet, des règles existent à cet effet dans les différentes lois provinciales de protection du consommateur¹⁰ et il nous apparaît pertinent d'en rappeler l'existence dans le Code sur les services Internet et de donner ainsi à la CPRST le pouvoir d'ignorer de telles renonciations qui apparaîtraient aux contrats de services de communication.
44. Nous soulignons au passage un récent ajout intéressant à la loi québécoise. À compter d'août 2019, il sera interdit à un commerçant, en vertu de la Loi sur la protection du consommateur, d'informer un bureau de crédit de l'exercice par un consommateur d'un droit de résolution ou de résiliation prévu dans une loi de protection du consommateur¹¹. Le Conseil pourrait certes s'inspirer de cet exemple et interdire lui aussi de déclarer à un bureau de crédit l'exercice des droits d'annulation ou de résolution que prévoient les codes, et même de menacer de le faire.

⁸ CPRST, Rapport annuel 2017-2018, p.17.

⁹ Voir par exemple : A(5) sur la clarté des offres, C(1) sur le résumé des renseignements essentiels qui pourrait être fourni à un consommateur suivant une offre de service de la part d'un fournisseur.

¹⁰ Loi sur la protection du consommateur, RLRQ c P-40.1, art 262.

¹¹ Loi sur la protection du consommateur, RLRQ c. P-40.1, art 251.1.

Version originale	Modifications proposées
<p>i. Interprétation du Code :</p> <p>a. si une partie du Code ou d'un contrat de services Internet est ambiguë, ou s'il n'est pas évident comment les modalités du Code ou du contrat s'appliquent, le Code et le contrat doivent être interprétés de manière avantageuse pour le client;</p> <p>b. le fournisseur de services ne peut exiger, par contrat ou autrement, qu'un client renonce à un droit dans le Code afin de recevoir les services du fournisseur de services;</p> <p>[...]</p>	<p>i. Interprétation du Code :</p> <p>a. si une partie du Code ou d'un contrat de services Internet est ambiguë, ou s'il n'est pas évident comment les modalités du Code ou du contrat s'appliquent <u>ou si la façon dont doivent s'appliquer les modalités du Code ou du contrat n'est pas évidente</u>, le Code et le contrat doivent être interprétés de manière avantageuse pour le client <u>ou le consommateur</u>;</p> <p>b. le fournisseur de services ne peut exiger, par contrat ou autrement, qu'un client renonce à un droit dans le Code <u>ou au bénéfice d'une autre loi de protection du consommateur</u> afin de recevoir les services du fournisseur de services;</p> <p>[...]</p>

Version modifiée

- i. Interprétation du Code :
- a. si une partie du Code ou d'un contrat de services Internet est ambiguë, ou si la façon dont doivent s'appliquer les modalités du Code ou du contrat n'est pas évidente, le Code et le contrat doivent être interprétés de manière avantageuse pour le client ou le consommateur;
- b. le fournisseur de services ne peut exiger, par contrat ou autrement, qu'un client renonce à un droit dans le Code ou au bénéfice d'une autre loi de protection du consommateur afin de recevoir les services du fournisseur de services;
- [...]

SECTION A : CLARTÉ

Langage simple

45. Comme nous l'avons mentionné pour les codes précédents, nous sommes d'avis qu'une obligation de langage simple ne constitue qu'un vœu pieux dont les effets ne seront que difficilement identifiables ou mesurables.
46. Malgré les efforts de certains fournisseurs, la très grande majorité des contrats de services de communication demeurent difficilement compréhensibles pour les consommateurs, qui, rappelons-le, ne maîtrisent pas les termes techniques et juridiques qui y sont fréquemment employés. Il existe une distance considérable entre ce qui sera considéré comme un langage clair par le CRTC, la CPRST, les organismes de défense des droits des consommateurs et les fournisseurs et ce qui sera, en réalité, clair aux yeux du consommateur. En fait, plusieurs consommateurs ne comprennent pas la notion même de contrat, comme nous l'avons constaté avec surprise au cours d'un groupe de discussion ; une confusion qui s'explique toutefois par les représentations trompeuses des fournisseurs, omniprésentes dans le marché des services de communication au pays, selon lesquelles il n'y aurait « aucun contrat » entre le fournisseur et son client. À ce sujet, nous sommes heureux de l'emploi du terme « contrat » dans le Code sur les services Internet plutôt qu'« entente » comme c'est le cas dans le Code des fournisseurs de services de télévision et qui maintient malheureusement la confusion sur l'existence d'un contrat.
47. Cela dit, nous croyons effectivement que les fournisseurs devraient prendre les moyens nécessaires pour se faire comprendre par le consommateur. Nous retenons d'ailleurs les enseignements de la Cour suprême dans l'affaire *Richard c. Time*, qui précisent que le critère acceptable, lorsqu'il s'agit d'interpréter ou d'appliquer des mesures de protection du consommateur qui portent sur les représentations d'un commerçant, devra se baser sur le niveau de compréhension du consommateur plus vulnérable, crédule et inexpérimenté, qui doit être considéré comme le « consommateur moyen ».

[71] Ainsi, le concept du « consommateur moyen » n'évoque pas, en droit québécois de la consommation, la notion de personne raisonnablement prudente et diligente. Il renvoie encore moins à la notion de personne avertie. Afin de réaliser les objectifs de la L.p.c., les tribunaux considèrent que le consommateur moyen n'est pas particulièrement aguerrri pour déceler les faussetés ou les subtilités dans une représentation commerciale.

[72] Les qualificatifs « crédule et inexpérimenté » expriment donc la conception du consommateur moyen qu'adopte la L.p.c. Cette description du consommateur moyen respecte la volonté législative de protéger les personnes vulnérables contre les dangers de certaines méthodes publicitaires. Le terme « crédule » reconnaît que le consommateur moyen est disposé à faire confiance à un commerçant sur la base de l'impression générale que la publicité qu'il reçoit lui donne. [...]

[74] D'abord, l'expression « moyennement intelligent » suggère que le consommateur que le législateur a souhaité protéger au titre II de la L.p.c. est celui dont le degré de discernement correspond à celui de la moyenne des gens. Comme nous l'avons souligné précédemment, le droit de la consommation ne protège pas les consommateurs dans la seule mesure où ils se sont montrés prudents et avertis. Pour respecter l'objectif général de protection de la L.p.c., il faut éviter d'utiliser un critère correspondant à celui du consommateur prudent et diligent¹².

48. **A(1)i)** : Concernant l'obligation générale des fournisseurs de communiquer en langage clair, nous sommes d'avis, encore une fois, qu'elle devrait viser l'ensemble des consommateurs et non seulement les clients des fournisseurs. Il semble aller de soi que si le consommateur reçoit de manière à ce qu'il puisse la comprendre, une information claire, opportune et exacte avant la conclusion d'un contrat, les causes d'insatisfaction et de litige après la conclusion d'un contrat qui aura été de ce fait conclu de façon mieux éclairée, seront vraisemblablement limitées considérablement.
49. **A(1)ii)** : Nous comprenons de la disposition A(1)ii) qu'elle vise à assurer que les clients puissent comprendre leur contrat et les documents connexes. S'il est important que ceux-ci soient rédigés et communiqués dans un langage clair et facile à comprendre, nous sommes d'avis que d'autres éléments sont nécessaires pour répondre à l'objectif de la disposition. Les documents devraient être lisibles, c'est-à-dire que l'information doit être présentée dans une taille et une police qu'un consommateur puisse raisonnablement lire. Aussi, s'agissant des documents connexes, il importe de s'assurer que ces documents soient facilement accessibles aux consommateurs, étant donné leur importance, particulièrement lorsqu'ils ne sont pas jumelés au contrat.
50. **A(1)iii)** : Nous proposons l'ajout d'une disposition identique à celle prévue au Code des fournisseurs de services de télévision concernant la nécessité pour un fournisseur d'aviser un consommateur s'il n'est pas en mesure de le servir dans les deux langues officielles.

Version originale	Modifications proposées
<p>1. Langage simple</p> <p>i. Le fournisseur de services doit communiquer avec les clients de manière claire, opportune et exacte, en utilisant un langage simple.</p>	<p>1. Langage simple</p> <p>i. Le fournisseur de services doit communiquer avec les clients <u>et les consommateurs</u> de manière claire, opportune et exacte, en utilisant un langage simple.</p>

¹² Richard c. Time Inc., 2012 CSC 8, [2012] 1 R.C.S. 265. La décision porte plus précisément sur les représentations commerciales et sur les dispositions de la loi québécoise de protection du consommateur. Il ne devrait toutefois faire aucun doute que les principes qui y sont exprimés à l'unanimité doivent recevoir application relativement à toute mesure de protection du consommateur, à la grandeur du pays.

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

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

- Sont facilement accessibles;
- Sont rédigés et communiqués dans un langage clair que les clients peuvent facilement comprendre;
- Sont présentés dans une taille et une police que les clients peuvent facilement lire.

iii. Le fournisseur doit aviser un consommateur s'il n'est pas en mesure de le servir tant en anglais qu'en français.

Version modifiée

1. Langage simple

i. Le fournisseur de services doit communiquer avec les clients et les consommateurs de manière claire, opportune et exacte, en utilisant un langage simple.

ii. Le fournisseur de services doit s'assurer que ses contrats écrits et les documents connexes (p. ex. les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitable) :

- Sont facilement accessibles;
- Sont rédigés et communiqués dans un langage clair que les clients peuvent facilement comprendre;
- Sont présentés dans une taille et une police que les clients peuvent facilement lire.

iii. Le fournisseur doit aviser un consommateur s'il n'est pas en mesure de le servir tant en anglais qu'en français.

Prix

51. **A(2)i)** : Nous comprenons de cette disposition qu'elle vise à réduire les risques de factures-surprises, une des préoccupations principales du Conseil dans l'élaboration du nouveau Code. Les frais uniques et récurrents qui s'ajoutent aux prix mensuels sont à l'origine de nombreuses factures-surprises et devraient eux aussi être mentionnés clairement dans les contrats.
52. **A(2)ii)** : Afin de prévenir encore davantage les factures-surprises et afin d'inciter les fournisseurs à se conformer à l'al A(2)i), nous proposons l'ajout d'une interdiction pour les fournisseurs d'imposer des frais dont le montant ne figure pas expressément au contrat. Une règle à cet effet existe déjà dans la Lpc¹³.

Version originale	Modifications proposées
i. Le fournisseur de services doit s'assurer que les prix sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes.	i. Le fournisseur de services doit s'assurer que les prix <u>et tous les frais</u> sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes. <u>ii. Il est interdit au fournisseur d'imposer quelques frais dont le montant n'est pas prévu au contrat.</u>
Version modifiée	
i. Le fournisseur de services doit s'assurer que les prix et tous les frais sont présentés clairement dans le contrat et doit indiquer si ces prix comprennent les taxes.	
ii. Il est interdit au fournisseur d'imposer quelques frais dont le montant n'est pas prévu au contrat.	

Services illimités

53. D'entrée de jeu, nous sommes en désaccord avec la très grande marge de manœuvre que le Conseil laisse aux fournisseurs qui offrent des services qu'ils présentent comme étant « illimités ». Nous nous opposons sans réserve à l'utilisation du terme « illimité » pour décrire un service qui comporte dans les faits des limites, quelles qu'elles soient. Rappelons d'ailleurs que le Bureau de la concurrence a exprimé le même avis dans le cadre de l'élaboration du Code sur les services sans fil en 2012 et qu'il recommandait au Conseil de « s'abstenir d'accepter

¹³ Loi sur la protection du consommateur, RLRQ c. P-40.1, art 12 : « Aucuns frais ne peuvent être réclamés d'un consommateur, à moins que le contrat n'en mentionne de façon précise le montant. ».

qu'un forfait soit présenté comme « illimité » alors qu'il est en fait sensiblement limité d'une façon ou d'une autre¹⁴».

54. **A(3)i)** : Attendu que ce sera sur la base des représentations du fournisseur que le consommateur jugera si son service doit être illimité, nous proposons de remplacer le terme « achetés » par « présentés ». Ainsi, une simple publicité, ou toute autre représentation du fournisseur qui associerait le terme « illimité » à son service lui interdirait la facturation de frais d'utilisation supplémentaire, peu importe les subtilités qu'il aura pu utiliser dans la rédaction des clauses du contrat.
55. **A(3)ii)** : Il nous paraît foncièrement injuste pour le consommateur que le Conseil autorise les fournisseurs à imposer toutes limites d'utilisation pour des services illimités pour peu que ces limites soient dénoncées dans leur politique d'utilisation équitable. Nous sommes d'avis qu'il doit être clair que seules les limites qui sont justifiées et justifiables peuvent être imposées aux consommateurs, à condition qu'elles soient clairement expliquées dans les politiques d'utilisation équitables des fournisseurs.

Version originale	Modifications proposées
<p>i. Le fournisseur de services ne doit pas facturer au client des frais d'utilisation excédentaire pour les services achetés sur une base illimitée.</p> <p>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.</p>	<p>i. Le fournisseur de services ne doit pas facturer au client des frais d'utilisation excédentaire pour les services achetés sur une base <u>présentés comme étant illimités</u>.</p> <p>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 <u>autres que les limites justifiables</u> et clairement expliquées dans la politique d'utilisation équitable.</p>

Version modifiée

- i. Le fournisseur de services ne doit pas facturer au client des frais d'utilisation excédentaire pour les services présentés comme étant illimités.
- ii. Le fournisseur de services ne doit pas appliquer de limites à l'utilisation d'un service acheté sur une base illimitée, autres que les limites justifiables et clairement expliquées dans la politique d'utilisation équitable.

¹⁴ Bureau de la concurrence, Présentation du commissaire de la concurrence devant le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 6 février 2013, <http://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/03531.html>

Services non sollicités

56. **A(4)i)** : Nous sommes évidemment d'accord avec le principe qui veut que le consommateur ne paie pas pour quelque chose qu'il n'a pas demandé. Par souci de clarté, nous proposons toutefois de remplacer le terme « acheté » par « demandé ».

57. Nous rappelons également qu'en plus de la vente forcée ou cachée de certains services ou appareils par des fournisseurs, des consommateurs achètent parfois – suite à des représentations trompeuses ou mensongères - des services et appareils qui ne sont pas objectivement utiles. Il est inacceptable que certains fournisseurs se servent ainsi de la méconnaissance des consommateurs au sujet de l'équipement requis pour chaque service de communication ou de l'utilité des différents services. Ces préoccupations étant davantage liées aux pratiques de vente des fournisseurs, nous espérons que le Conseil en tienne compte dans ses démarches subséquentes à la consultation 2018-246.

Version originale	Modifications proposées
i. Le fournisseur de services ne doit pas imposer de frais pour un appareil ou un service que le titulaire du compte ou l'utilisateur autorisé n'a pas explicitement acheté.	i. Le fournisseur de services ne doit pas imposer de frais pour un appareil ou un service que le titulaire du compte ou l'utilisateur autorisé n'a pas explicitement acheté demandé .
Version modifiée	
i. Le fournisseur de services ne doit pas imposer de frais pour un appareil ou un service que le titulaire du compte ou l'utilisateur autorisé n'a pas explicitement demandé.	

Clarté des offres

58. Le Conseil propose deux options en ce qui concerne la clarté des offres des fournisseurs de service d'accès Internet. Nous sommes d'avis que les deux options doivent être retenues et fondues en une seule, en ce qu'elles répondent chacune à un besoin distinct des consommateurs.

59. **A(5) option 1)** : Nous sommes bien évidemment favorable à une obligation de présenter et d'expliquer clairement les offres. Toutefois, nous sommes d'avis qu'en énumérant seulement trois éléments sur lesquels les fournisseurs doivent fournir des explications, le Conseil affaiblit involontairement cette règle générale de clarté des offres. En effet, afin qu'une offre soit « claire », le fournisseur devra assurément fournir des explications sur des éléments importants autres que les éléments mentionnés aux points a) à c), dont nous ne nions pas l'importance pour autant. Nous sommes d'avis que la liste a) à c) devrait être précédée d'un « notamment »

afin de s'assurer que les offres des fournisseurs soient claires dans leur entièreté. Ainsi, le fournisseur aura l'obligation d'expliquer clairement tout élément de l'offre qui est susceptible de constituer une considération importante dans la décision du consommateur de contracter.

60. Nous proposons également l'ajout de deux éléments à la liste des éléments spécifiquement identifiés par le Conseil. Il nous semble en effet que le prix mensuel total est un élément incontournable que le consommateur devra prendre en compte. Une obligation de bien expliquer prix mensuel total que le consommateur aura à payer au fil du contrat permettra en outre au fournisseur de mettre en lumière les frais ponctuels qui pourront apparaître sur la première facture.
61. Aussi, des explications sur la durée exacte de la période durant laquelle un rabais sera appliqué, ajoutées à celles portant sur le prix qui sera exigé à l'expiration de cette période, permettront au consommateur d'avoir à l'avance toute l'information qui lui permettra d'éviter les surprises au moment de la réception de la facture portant le nouveau prix.
62. Nous proposons donc l'ajout de ces deux éléments à ceux sur lesquels le fournisseur aura notamment l'obligation de fournir des explications détaillées :
- La durée exacte de la période durant laquelle le rabais sera appliqué;
 - Le prix mensuel complet qu'un consommateur devra déboursier pour obtenir le service.
63. Précisons que ces deux éléments ont été identifiés comme problématiques dans une étude que nous avons réalisée en 2018 sur la clarté et l'exactitude des offres des fournisseurs de service de communication¹⁵.
64. **A(5) option 2)** : Nous nous réjouissons que le Conseil envisage la remise d'un résumé des renseignements essentiels avant la conclusion du contrat. Nous faisons valoir depuis longtemps que le résumé présentera un avantage certain pour les consommateurs si ceux-ci peuvent en prendre connaissance avant la conclusion du contrat, afin de magasiner plus efficacement les services, ou d'avoir l'occasion de prendre connaissance des principaux éléments du contrat, à tête reposée, avant sa conclusion. Puisque ce résumé devra être fourni avant la conclusion du contrat, nous proposons bien entendu que le mot « client » soit remplacé par « consommateur ».
65. Le Conseil prévoit indiquer le délai maximal à l'intérieur duquel ce résumé doit être fourni au consommateur. Il pourrait être sage de prévoir aussi que ce résumé écrit doit être fourni dans un format non modifiable (et selon le mode de communication

¹⁵ UNION DES CONSOMMATEURS. *Des rabais à quel prix ? Services de communication et prix promotionnels : l'heure des bilans*, juin 2018, <http://www.uniondesconsommateurs.ca/docu/rapports2018/2018-RabaisT%C3%A9%C3%A9com-fr.pdf>
Sur l'insuffisance des explications relatives à la durée des rabais dans les offres des fournisseurs: pp.35-37.
Sur le prix annoncé qui est incomplet: pp.52-54.

que le consommateur aura choisi). Le Conseil devrait peut-être aussi, pour permettre à ce résumé d'atteindre tous ses objectifs, indiquer une période minimale pendant laquelle l'offre ainsi détaillée du fournisseur doit être maintenue par le fournisseur.

66. Afin de faciliter la lecture du Code, nous estimons que la référence à la section C devrait être intégrée de façon plus fluide au texte. Nous proposons aussi une modification en ce sens.

Version originale	Modifications proposées
<p>Option 1 : Le fournisseur de services doit s'assurer que toute offre aux consommateurs soit clairement expliquée dans toutes ses communications avec les consommateurs, y compris durant ses conversations téléphoniques et ses ventes de porte-à-porte et dans son matériel publicitaire. Les explications relatives à une offre doivent indiquer clairement :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. la durée de l'offre; b. dans le cas d'une offre comprenant un rabais ou autre mesure incitative d'une durée limitée, le prix du service à la fin de tout rabais ou mesure incitative de durée limitée; c. toute autre obligation du consommateur liée à l'acceptation de l'offre, y compris la période d'engagement pendant laquelle des frais de résiliation anticipée peuvent être exigés et si l'acceptation de l'offre promotionnelle modifie d'autres aspects du contrat du client. <p>ET/OU</p> <p>Option 2 : Le fournisseur de services doit fournir au client un résumé des renseignements essentiels écrit avant la vente dans les 24 heures suivant une offre précise à ce client, que ce soit en personne, par téléphone ou en ligne. Consulter la section C de la présente annexe (Résumé des renseignements essentiels) pour plus de renseignements sur le contenu obligatoire de ce résumé ainsi que sur le moment et la manière de fournir ce document.</p>	<ul style="list-style-type: none"> i. Le fournisseur de services doit s'assurer que toute offre aux consommateurs soit clairement expliquée dans toutes ses communications avec les consommateurs, y compris durant ses conversations téléphoniques et ses ventes de porte-à-porte et dans son matériel publicitaire. Les explications relatives à une offre doivent indiquer clairement, <u>notamment</u> : <ul style="list-style-type: none"> a. la durée de l'offre; b. dans le cas d'une offre comprenant un rabais ou autre mesure incitative d'une durée limitée, <u>la durée exacte de la période durant laquelle le rabais sera appliqué et</u> le prix du service à la fin de tout rabais ou mesure incitative de durée limitée ; c. toute autre obligation du consommateur liée à l'acceptation de l'offre, y compris la période d'engagement pendant laquelle des frais de résiliation anticipée peuvent être exigés et si l'acceptation de l'offre promotionnelle modifie d'autres aspects du contrat du client. d. <u>le prix mensuel complet qu'un consommateur devra déboursier pour obtenir le service.</u> ii. Le fournisseur de services doit fournir au client <u>consommateur</u> un résumé des renseignements essentiels écrit avant la vente dans les 24 heures suivant une offre précise à ce client <u>consommateur</u>, que ce soit en personne, par téléphone ou en ligne. Consulter la section C de la présente annexe (Résumé des

~~renseignements essentiels) pour plus de renseignements sur le contenu obligatoire de ce résumé ainsi que sur le moment et la manière de fournir ce document.~~

iii. Le résumé des renseignements essentiels et sa fourniture doivent être conformes à ce qui est prévu à la section C.

iv. L'offre écrite fournie par le fournisseur de service doit être maintenue pendant **[X]** jours.

Version modifiée

i. Le fournisseur de services doit s'assurer que toute offre aux consommateurs soit clairement expliquée dans toutes ses communications avec les consommateurs, y compris durant ses conversations téléphoniques et ses ventes de porte-à-porte et dans son matériel publicitaire. Les explications relatives à une offre doivent indiquer clairement, notamment :

- a. la durée de l'offre;
- b. dans le cas d'une offre comprenant un rabais ou autre mesure incitative d'une durée limitée, la durée exacte de la période durant laquelle le rabais sera appliqué et le prix du service à la fin de tout rabais ou mesure incitative de durée limitée ;
- c. toute autre obligation du consommateur liée à l'acceptation de l'offre, y compris la période d'engagement pendant laquelle des frais de résiliation anticipée peuvent être exigés et si l'acceptation de l'offre promotionnelle modifie d'autres aspects du contrat du client.
- d. le prix mensuel complet qu'un consommateur devra déboursier pour obtenir le service.

ii. Le fournisseur de services doit fournir au consommateur un résumé des renseignements essentiels écrit avant la vente dans les 24 heures suivant une offre précise à ce consommateur, que ce soit en personne, par téléphone ou en ligne.

iii. Le résumé des renseignements essentiels et sa fourniture doivent être conformes à ce qui est prévu à la section C.

iv. L'offre écrite fournie par le fournisseur de service doit être maintenue pendant **[X]** jours.

SECTION B : CONTRATS ET AUTRES DOCUMENTS CONNEXES

Remise d'une copie permanente du contrat

67. **B(1)ii)** : Étant donné les modifications courantes des contrats par les fournisseurs, notamment en ce qui concerne le prix des services, il importe d'assurer que la copie remise au consommateur qui en fait la demande en cours de contrat soit à jour. Sinon, un consommateur qui souhaiterait réviser/vérifier ses obligations contractuelles actuelles devrait procéder à l'exercice laborieux de lire la version initiale de son contrat en parallèle avec tous les avis de modification qu'il a pu recevoir au fil des ans.

68. La définition de copie permanente, vu l'usage du « ou » et la présence des termes « à compter de », laisse malheureusement un flou sur la version du contrat que le fournisseur aura l'obligation de fournir :

Une copie non modifiable (p. ex. sur papier ou en format PDF) du contrat, qui ne comprend pas d'hyperliens vers du contenu modifiable par le fournisseur de services, à compter de la date de signature ou de la date de la dernière modification. [nous soulignons]

69. L'ajout que nous suggérons aurait pour effet d'écartier toute ambiguïté et d'assurer que le client peut bel et bien obtenir une version de son contrat qui intègre toutes les modifications qui ont pu être apportées depuis la date de sa conclusion.

Version originale	Modifications proposées
1. Copie permanente [...] ii. En tout temps au cours de la période d'engagement, le fournisseur de services doit aussi fournir au client, sur demande et sans frais, une copie permanente du contrat dans le format choisi par le client (électronique ou papier).	1. Copie permanente [...] ii. En tout temps au cours de la période d'engagement, le fournisseur de services doit aussi fournir au client, sur demande et sans frais, une copie permanente et à jour du contrat dans le format choisi par le client (électronique ou papier).
Version modifiée 1. Copie permanente [...] ii. En tout temps au cours de la période d'engagement, le fournisseur de services doit aussi fournir au client, sur demande et sans frais, une copie permanente et à jour du contrat dans le format choisi par le client (électronique ou papier).	

Période de résiliation lorsque le contrat permanent diffère de l'entente du client

70. **B(3)i)** : Nous accueillons favorablement une telle disposition, qui assure que le consommateur aura une confirmation écrite des modalités qu'il a acceptées en concluant le contrat. La récente consultation sur les pratiques de vente des fournisseurs aura clairement exposé de nombreuses situations où les modalités du contrat ne correspondent pas à celles qui ont été acceptées par le client, en personne, au téléphone ou en ligne.
71. Nous proposons que le délai de résiliation dans cette situation soit de 30 jours suivant la réception d'une copie du contrat ou de la première facture. Malgré la volonté du Conseil de faciliter la lecture des contrats pour les consommateurs, il faut tout de même admettre qu'une part importante des consommateurs de service d'accès Internet ne liront probablement pas intégralement leur contrat, et que ce n'est souvent qu'à la réception de leur première facture qu'ils réaliseront que certaines modalités applicables diffèrent de celles qu'ils avaient acceptées. Puisque la première facture permet facilement au consommateur de vérifier si le prix indiqué et les autres frais correspondent à ce qu'on lui avait annoncé au moment de l'abonnement, la réception de la facture devrait elle aussi servir de point de départ à la computation des délais pour une résiliation de plein droit.
72. Attendu que ce droit de mettre fin de façon unilatérale au contrat dépend de la non-conformité du contrat (ou de la facture) avec les modalités que le consommateur avait acceptées, le Code ne devrait-il pas aussi prévoir que le fournisseur ne pourra non plus réclamer les frais de service (ou de location) pour la période écoulée depuis la date de la facture ?

Version originale	Modifications proposées
<p>i. Si le fournisseur de services n'envoie pas le contrat dans les délais requis, ou si les modalités de la copie permanente du contrat diffèrent des modalités acceptées par le client, le client peut, dans les 30 jours civils suivant la réception de la copie permanente du contrat, résilier le contrat sans avoir à payer de frais de résiliation anticipée ou autre pénalité.</p>	<p>i. Si le fournisseur de services n'envoie pas le contrat dans les délais requis, ou si les modalités de la copie permanente du contrat diffèrent des modalités acceptées par le client, le client peut, dans les 30 jours civils suivant la réception de la copie permanente du contrat <u>ou la réception de la première facture, à la date plus éloignée,</u> résilier le contrat sans avoir à payer <u>de frais de service,</u> de frais de résiliation anticipée ou autre pénalité.</p>

Version modifiée

- i. Si le fournisseur de services n'envoie pas le contrat dans les délais requis, ou si les modalités de la copie permanente du contrat diffèrent des modalités acceptées par le

client, le client peut, dans les 30 jours civils suivant la réception de la copie permanente du contrat ou la réception de la première facture, à la date plus éloignée, résilier le contrat sans avoir à payer de frais de service, de frais de résiliation anticipée ou autre pénalité.

Contenu des contrats

73. **B(4)i)a** : Il nous semble que cet alinéa qui prévoit la mention des services visés par le contrat, mériterait d'être étendu et clarifié. Dans cette perspective, le CRTC devrait imposer l'inclusion au contrat d'une description détaillée des biens, le cas échéant, et des caractéristiques essentielles des services, telles que la capacité de téléchargement et les vitesses de téléchargement et de téléversement, et non la simple « présentation » desdits services.
74. **B(4)i)b** : Afin que le consommateur soit en mesure de mieux comprendre ce pourquoi il paie, nous proposons que le CRTC impose, outre la mention du montant total des frais mensuels minimaux pour les services compris dans le contrat, celle du détail des frais applicables à chacun des services inclus (accès Internet, location de modem, ligne sèche, bloc de données supplémentaires, etc.).
75. **B(4)i)e** : Nous demeurons perplexe face au choix par le CRTC d'imposer encore une fois aux fournisseurs une simple obligation de fournir une description de tous les documents connexes, tels que les politiques du fournisseur sur la protection de la vie privée et l'utilisation équitable du service Internet. Une « description » des documents est susceptible de passer sous silence le détail de certaines modalités pertinentes dont le consommateur devrait être avisé. Rappelons qu'au Québec, le défaut du fournisseur de porter expressément à la connaissance du consommateur les clauses externes au contrat les rend inopposables au consommateur¹⁶, et ce, même si le fournisseur offre une description du document dans lequel ces clauses pourraient se trouver. Le CRTC devrait à notre avis insister auprès des fournisseurs pour qu'ils incluent au contrat, et non seulement dans des documents externes, les clauses qui sont susceptibles de modifier les droits ou les obligations des parties, et qu'ils attirent l'attention des consommateurs non seulement sur les documents dans lesquels se retrouvent des clauses externes, mais expressément sur les clauses qui sont susceptibles d'être litigieuses.
76. **B(4)i)g** : Nous comprenons de cet alinéa que si le fournisseur doit « présenter clairement » la période d'essai dans son contrat, il devra *de facto* mentionner la période couverte par ce droit et surtout la date limite jusqu'à laquelle le consommateur pourra se prévaloir de ce droit, de même que l'étendue de ce droit et les conditions applicables. En effet, une simple mention de l'existence d'une période

¹⁶ Code civil du Québec, RLRQ c. CCQ-1991, art 1435(2).

d'essai risque de restreindre la capacité du consommateur à s'en prévaloir, au besoin, et à bien en comprendre les limites. Afin d'assurer que cette interprétation est partagée et d'éviter tout litige à ce sujet, le texte devrait idéalement faire mention de la période d'essai, de sa durée et de ses modalités, y compris les limites d'utilisation connexes.

77. **B(4)i)** : Il nous paraît étrange de prévoir l'obligation pour un fournisseur d'indiquer au contrat sa politique sur les interruptions de service, incluant la façon dont les rabais seront appliqués, alors qu'on ne trouve nulle part au Code l'obligation pour le fournisseur d'offrir quelque rabais suivant une interruption.

78. On remarque qu'une telle règle est prévue au Code des fournisseurs de service de télévision. Or, un bref survol des contrats de service de télévision des différents fournisseurs nous confirme la rareté des rabais offerts par les entreprises. Voici quelques exemples des politiques des fournisseurs :

- *Joint term of use de Shaw : Shaw does not warrant uninterrupted use of the Services and will not apply any rebate for service interruptions¹⁷.*
- *Modalités de service de Bell (Bell Télé) : Tout crédit ou remboursement en raison de toute non-disponibilité ou panne de service est à la discrétion entière de Bell¹⁸.*

79. Si le Conseil estime que les fournisseurs devraient dédommager les consommateurs en cas d'interruption, et c'est ce que nous comprenons des règles qu'il a tenté de mettre en place, nous sommes d'avis qu'il ne devrait pas tolérer ces « politiques » des fournisseurs.

80. Et nous sommes d'avis que le Conseil ne devrait pas non plus tolérer qu'un fournisseur de service précise dans ses conditions de service qu'il ne garantit pas un service en continu. Rappelons que la Politique canadienne de télécommunication a notamment pour objectif de permettre un accès aux Canadiens dans toutes les régions – rurales ou urbaines – du Canada à des services de télécommunication sûrs, abordables et de qualité¹⁹.

Version originale	Modifications proposées
<p>i. Les contrats doivent présenter clairement tous les renseignements suivants (soit les éléments a. à m.) :</p> <p>Modalités principales du contrat</p>	<p>i. Les contrats doivent présenter clairement tous les renseignements suivants (soit les éléments a. à m.) :</p> <p>Modalités principales du contrat</p>

¹⁷ [https://www.shaw.ca/uploadedfiles/terms_of_use/cable - joint terms of service august 2018 .pdf](https://www.shaw.ca/uploadedfiles/terms_of_use/cable_-_joint_terms_of_service_august_2018_.pdf)

¹⁸ https://www.bell.ca/Styles/common/all_languages/all_regions/pdfs/Modalites_de_service_Bell.pdf

¹⁹ Loi sur les télécommunications, L.C. 1993, ch. 38, al 7(b).

<p>a. les services visés par le contrat, tels que les données, que le client a acceptés lorsqu'il a signé le contrat et qu'il recevra pendant la durée du contrat, ainsi que les limites d'utilisation de ces services qui pourraient entraîner des frais d'utilisation excédentaire ou autres frais supplémentaires ;</p> <p>b. le montant des frais mensuels minimaux pour les services compris dans le contrat (si applicable, le contrat doit afficher les frais mensuels minimaux ayant cours durant la période de rabais ou mesure incitative de durée limitée et après cette période) ;</p> <p>[...]</p>	<p>a. <u>les biens et les services visés par le contrat ainsi que leurs caractéristiques essentielles, telles que les données la capacité de téléchargement,</u> que le client a acceptés lorsqu'il a signé le contrat et qu'il recevra pendant la durée du contrat, ainsi que <u>les vitesses et</u> les limites d'utilisation de ces services qui pourraient entraîner des frais d'utilisation excédentaire ou autres frais supplémentaires ;</p> <p>b. le montant <u>total</u> des frais mensuels minimaux pour les services compris dans le contrat <u>ainsi que les frais mensuels minimaux applicables à chacun des services compris au contrat</u> (si applicable, le contrat doit afficher les frais mensuels minimaux ayant cours durant la période de rabais ou mesure incitative de durée limitée et après cette période) ;</p> <p>[...]</p>
<p>Autres aspects du contrat</p> <p>e. une description de tous les documents connexes, y compris les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitable;</p> <p>[...]</p> <p>g. la période d'essai du contrat, y compris les limites d'utilisation connexes;</p> <p>[...]</p>	<p>Autres aspects du contrat</p> <p>e. une description de tous les documents connexes, y compris les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitable, <u>et de leurs clauses qui sont susceptibles de modifier les droits ou les obligations des parties ;</u></p> <p>[...]</p> <p>g. la période d'essai du contrat, <u>sa durée et ses modalités,</u> y compris les limites d'utilisation connexes;</p> <p>[...]</p>

Version modifiée

i. Les contrats doivent présenter clairement tous les renseignements suivants (soit les éléments a. à m.) :

Modalités principales du contrat

a. les biens et les services visés par le contrat ainsi que leurs caractéristiques essentielles, telles que la capacité de téléchargement, les vitesses et les limites d'utilisation de ces services qui pourraient entraîner des frais d'utilisation excédentaire ou autres frais supplémentaires ;

b. le montant total des frais mensuels minimaux pour les services compris dans le contrat ainsi que les frais mensuels minimaux applicables à chacun des services

compris au contrat (si applicable, le contrat doit afficher les frais mensuels minimaux ayant cours durant la période de rabais ou mesure incitative de durée limitée et après cette période) ;

[...]

Autres aspects du contrat

e. une description de tous les documents connexes, y compris les politiques sur la protection des renseignements personnels et les politiques d'utilisation équitable, et de leurs clauses qui sont susceptibles de modifier les droits ou les obligations des parties ;

[...]

g. la période d'essai du contrat, sa durée et ses modalités, y compris les limites d'utilisation connexes;

[...]

SECTION C : RÉSUMÉ DES RENSEIGNEMENTS ESSENTIELS

Remise du résumé des renseignements essentiels

81. **C(1)i)** : Le Conseil propose deux options quant à l'obligation des fournisseurs de service de remettre un résumé des renseignements essentiels du contrat : la remise au moment de la conclusion du contrat et la remise au moment de l'offre de service. Nous sommes d'avis que ces deux options doivent être retenues, en ce qu'elles répondent à des buts bien différents.

82. La fourniture d'un résumé des renseignements essentiels avec une copie permanente du contrat vise à permettre au consommateur de comprendre rapidement les aspects fondamentaux de son contrat²⁰, dont la lecture demeure difficile pour de nombreux consommateurs, et de pouvoir s'y référer aisément au besoin.

83. La fourniture d'un résumé des renseignements essentiels suite à une offre de service d'un fournisseur permettrait pour sa part au consommateur de magasiner plus efficacement ces services en comparant facilement différentes offres. Elle permettrait également au consommateur de prendre connaissance des éléments clés d'un éventuel contrat, à tête reposée et sans pression, afin de déterminer si les modalités lui conviennent – et si elles correspondent aux représentations préalablement faites par le fournisseur.

²⁰ CRTC, Politique réglementaire de télécom 2013-271, para 69.

84. Comme nous le mentionnions plus haut, la personne à laquelle une copie serait fournie au moment de l'offre pourrait bien ne pas être client. Le texte devrait donc être ajusté en conséquence et le mot « client » remplacé par « consommateur ».

85. Nous proposons également de retirer « l'explication » qui est faite du résumé des renseignements essentiels - *ce document résume les éléments les plus importants du contrat pour le client*. Considérant que les éléments qui doivent figurer au résumé des renseignements essentiels font déjà l'objet d'une description à la section C(1)iii), cette phrase nous paraît inutile.

Version originale	Modifications proposées
<p>i. Le fournisseur de services doit fournir un résumé des renseignements essentiels :</p> <p>Option 1 : au client lorsqu'il fournit une copie permanente du contrat;</p> <p>ET/OU</p> <p>Option 2 : au client lorsqu'il lui fait une offre de service (c.-à-d. un résumé en langage clair avant la vente, fourni sous forme de document imprimé ou de copie permanente électronique).</p> <p>Ce document résume les éléments les plus importants du contrat pour le client.</p> <p>ii. Le résumé des renseignements essentiels peut être fourni comme un document indépendant du contrat écrit ou de façon bien visible dans les premières pages du contrat écrit. Dans tous les cas, les renseignements fournis dans ce résumé ne remplacent pas les renseignements identiques ou semblables dans le contrat écrit et ne satisfont pas à l'exigence de fournir ces renseignements dans le contrat écrit.</p>	<p>i. Le fournisseur de services doit fournir, <u>par écrit</u>, un résumé des renseignements essentiels :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. au client <u>consommateur</u> lorsqu'il lui fait une offre de service (c.-à-d. un résumé en langage clair avant la vente, fourni sous forme de document imprimé ou de copie permanente électronique). 2. au client lorsqu'il fournit une copie permanente du contrat; <p>Ce document résume les éléments les plus importants du contrat pour le client.</p> <p>ii. <u>iii. Lorsqu'il est fourni au moment de la remise de la copie permanente du contrat</u>, le résumé des renseignements essentiels peut être fourni comme un document indépendant du contrat écrit ou de façon bien visible dans les premières pages du contrat écrit. Dans tous les cas, les renseignements fournis dans ce résumé ne remplacent pas les renseignements identiques ou semblables dans le contrat écrit et ne satisfont pas à l'exigence de fournir ces renseignements dans le contrat écrit.</p>

Version modifiée

i. Le fournisseur de services doit fournir, par écrit, un résumé des renseignements essentiels :

1. au consommateur lorsqu'il lui fait une offre de service
2. au client lorsqu'il fournit une copie permanente du contrat

ii. Lorsqu'il est fourni au moment de la remise de la copie permanente du contrat, le

résumé des renseignements essentiels peut être fourni comme un document indépendant du contrat écrit ou de façon bien visible dans les premières pages du contrat écrit. Dans tous les cas, les renseignements fournis dans ce résumé ne remplacent pas les renseignements identiques ou semblables dans le contrat écrit et ne satisfont pas à l'exigence de fournir ces renseignements dans le contrat écrit.

86. En ce qui concerne le contenu du résumé des renseignements essentiels, plusieurs des commentaires formulés à la section précédente sur le contenu des contrats s'appliquent également. Nous encourageons le Conseil à s'y référer.

SECTION D : MODIFICATION DU CONTRAT ET DES DOCUMENTS CONNEXES

87. **D(2)i)** : Certains fournisseurs ayant pris l'habitude « d'aviser » leurs clients au moyen d'une mention sur leur site Internet, il pourrait être bon de prévoir spécifiquement la transmission d'un avis de modification. Afin que les consommateurs soient adéquatement informés des changements, les fournisseurs devraient les aviser personnellement et explicitement. À noter que la LPC prévoit déjà cette exigence²¹.
88. **D(2)ii)** : Nous proposons également que le Conseil encadre davantage le contenu de l'avis, et ce, en s'inspirant encore une fois de la Lpc. On y prévoit qu'un commerçant peut – dans certaines circonstances – procéder à une modification du contrat s'il transmet un avis qui contient exclusivement « la nouvelle clause ou la clause modifiée ainsi que la version antérieure, la date d'entrée en vigueur de la modification et les droits du consommateur²² ». Cette manière de faire nous semble la plus apte à permettre au consommateur de comprendre plus facilement la modification annoncée par le fournisseur et à prendre une décision et exercer ses droits de manière éclairée.
89. **D(2)iii) (ajout)** : Dans la version proposée par le Conseil, la sous-section E(2) ne prévoit aucun recours pour le consommateur dont le fournisseur décide de changer des modalités autres que principales du contrat ou des documents connexes, sinon que d'en être informé. Cela nous semble nettement insuffisant. Le droit des consommateurs de refuser une modification ne saurait être limité à celles qui touchent les modalités principales du contrat. Toute modification qui affecte les obligations de l'une ou l'autre des parties devrait permettre au consommateur de mettre fin au contrat sans frais ou pénalité. Après tout, les modalités initiales du

²¹ Loi sur la protection du consommateur, RLRQ c. P-40.1, 11.2(1)b).

²² Loi sur la protection du consommateur, RLRQ c. P-40.1, 11.2(1)b).

contrat et des documents connexes correspondent à ce à quoi les deux parties ont consenti et se sont engagées. Même si certaines modalités sont secondaires, le fournisseur ne devrait pas se faire accorder un droit absolu de les modifier unilatéralement sans conséquence. Encore une fois, notons que la LPC prévoit ce droit du consommateur de résilier le contrat sans pénalité ou indemnité de résiliation (et ce jusqu'à 30 jours après l'entrée en vigueur de la modification) si une modification annoncée par le fournisseur entraîne l'augmentation de son obligation ou la réduction de l'obligation du commerçant²³.

Version originale	Modifications proposées
<p>1. Modification des modalités principales du contrat</p> <p>[...]</p> <p>ii. Lorsque le fournisseur de services avise le client qu'il a l'intention de modifier une modalité principale du contrat pendant la période d'engagement, le titulaire du compte ou l'utilisateur autorisé peut refuser la modification.</p> <p>iii. Par exception, le fournisseur de services peut seulement modifier une modalité principale du contrat pendant la période d'engagement sans le consentement explicite du titulaire du compte ou de l'utilisateur autorisé si cela favorise clairement le client :</p> <p style="padding-left: 40px;">a. en réduisant les frais d'un service; ou</p> <p style="padding-left: 40px;">b. en augmentant la limite d'utilisation ou la vitesse d'un service du client.</p> <p>2. Modification des autres modalités du contrat ou des documents connexes</p>	<p>1. Modification des modalités principales du contrat</p> <p>[...]</p> <p>ii. Lorsque le fournisseur de services avise le client qu'il a l'intention de modifier une modalité principale du contrat pendant la période d'engagement, le titulaire du compte ou l'utilisateur autorisé peut refuser la modification.</p> <p><u>iii. À défaut d'une acceptation préalable par le client de la modification proposée par le fournisseur, le contrat continue de s'appliquer sans aucune modification et toute modification apportée par le fournisseur sera inopposable au client.</u></p> <p>iii. iv. Par exception, le fournisseur de services peut seulement modifier une modalité principale du contrat pendant la période d'engagement sans le consentement explicite du titulaire du compte ou de l'utilisateur autorisé si cela favorise clairement le client :</p> <p style="padding-left: 40px;">c. en réduisant les frais d'un service; ou</p> <p style="padding-left: 40px;">d. en augmentant la limite d'utilisation ou la vitesse d'un service du client.</p> <p>2. Modification des autres modalités du contrat ou des documents connexes</p>

²³ Loi sur la protection du consommateur, RLRQ c. P-40.1, 11.2(1)c

<p>i. Si le fournisseur de services veut modifier d'autres modalités du contrat ou les documents connexes au cours de la période d'engagement, il doit en aviser le titulaire du compte au moins 30 jours civils avant d'apporter les modifications.</p> <p>ii. L'avis doit expliquer la modification et préciser la date d'entrée en vigueur.</p>	<p>i. Si le fournisseur de services veut modifier d'autres modalités du contrat ou les documents connexes au cours de la période d'engagement, il doit en aviser le <u>transmettre un avis au</u> titulaire du compte au moins 30 jours civils avant d'apporter les modifications.</p> <p>ii. L'avis écrit expliquer la modification et préciser la date d'entrée en vigueur <u>doit être rédigé clairement et lisiblement et comprendre exclusivement :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>la clause modifiée ou la nouvelle clause;</u> 2. <u>la version antérieure de la clause, le cas échéant;</u> 3. <u>la date d'entrée en vigueur de la modification;</u> 4. <u>les droits du consommateur énoncés au sous-alinéa D(2)iii).</u> <p>iii. <u>Si la modification proposée par le fournisseur affecte les obligations d'une ou l'autre des parties, le client peut mettre fin au contrat sans frais ou pénalités.</u></p>
--	---

Version modifiée

1. Modification des modalités principales du contrat

[...]

ii. Lorsque le fournisseur de services avise le client qu'il a l'intention de modifier une modalité principale du contrat pendant la période d'engagement, le titulaire du compte ou l'utilisateur autorisé peut refuser la modification.

iii. À défaut d'une acceptation préalable par le client de la modification proposée par le fournisseur, le contrat continue de s'appliquer sans aucune modification et toute modification apportée par le fournisseur sera inopposable au client.

iv. Par exception, le fournisseur de services peut seulement modifier une modalité principale du contrat pendant la période d'engagement sans le consentement explicite du titulaire du compte ou de l'utilisateur autorisé si cela favorise clairement le client :

- a. en réduisant les frais d'un service; ou
- b. en augmentant la limite d'utilisation ou la vitesse d'un service du client.

2. Modification des autres modalités du contrat ou des documents connexes

i. Si le fournisseur de services veut modifier d'autres modalités du contrat ou les documents connexes au cours de la période d'engagement, il doit transmettre un avis au titulaire du compte au moins 30 jours civils avant d'apporter les modifications.

ii. L'avis écrit doit être rédigé clairement et lisiblement et comprendre exclusivement :

1. la clause modifiée ou la nouvelle clause;
2. la version antérieure de la clause, le cas échéant;
3. la date d'entrée en vigueur de la modification;
4. les droits du consommateur énoncés au sous-alinéa D(2)iii).

iii. Si la modification proposée par le fournisseur affecte les obligations d'une ou l'autre des parties, le client peut mettre fin au contrat sans frais ou pénalités.

SECTION E : GESTION DES FACTURES

Avis d'utilisation complète des données mensuelles

90. **Moment d'envoi de l'avis :** Il nous paraît que la réception par le consommateur d'un avis lorsqu'il atteint 100 % de sa limite d'utilisation mensuelle serait trop peu, trop tard, puisque les seules options dont il disposerait à ce moment serait de cesser d'utiliser Internet ou d'engager des frais supplémentaires – des frais qui sont par ailleurs, trop souvent, excessivement élevés – pour son utilisation. Un consommateur devrait d'abord être avisé lorsqu'il atteint 75% de son utilisation mensuelle afin qu'il puisse adapter, s'il le souhaite, sa consommation pour la période restante et ainsi éviter le plus possible des frais d'utilisation excédentaire.
91. **Contenu de l'avis :** Nous proposons également que les avis mentionnent les éléments proposés par le Conseil à l'option 1 de l'alinéa E(3), soit l'endroit où trouver des renseignements sur l'utilisation des données et les outils de gestion des comptes. Nous ajouterions également un renvoi vers des renseignements sur les blocs de données qui peuvent être achetés par les consommateurs, le cas échéant. Ces renvois aideraient ainsi le consommateur à mieux contrôler sa consommation s'il souhaite éviter de se voir imposer des frais d'utilisation excédentaire.
92. Aussi, nous sommes d'avis que le montant des frais d'utilisation excédentaire devrait être indiqué directement dans l'avis. Contrairement aux autres éléments mentionnés plus haut, cette information est facilement présentable dans un avis écrit. Elle est particulièrement essentielle au consommateur qui s'apprête à atteindre sa limite de téléchargement ou qui vient tout juste de l'atteindre et s'expose dorénavant à ces frais.

Version originale	Modifications proposées
i. Le fournisseur de services doit aviser le client lorsque ce dernier atteint 100 % de sa limite d'utilisation au cours d'un cycle de facturation mensuel.	i. Le fournisseur de services doit aviser le client lorsque ce dernier atteint <u>75% puis</u> 100 % de sa limite d'utilisation au cours d'un cycle de facturation mensuel. <u>ii. Ces avis doivent indiquer le montant des frais d'utilisation excédentaire et l'endroit où le client peut trouver des renseignements sur</u> a) <u>les outils de gestion de compte offerts par le fournisseur de services,</u> b) <u>l'utilisation de données associée aux activités en ligne courantes, et</u>

- c) les forfaits de rechange qui pourraient mieux répondre à ses besoins.
 - d) les blocs de données disponibles, le cas échéant
-

Version modifiée

- i. Le fournisseur de services doit aviser le client lorsque ce dernier atteint 75% puis 100 % de sa limite d'utilisation au cours d'un cycle de facturation mensuel.
 - ii. Ces avis doivent indiquer le montant des frais d'utilisation excédentaire et l'endroit où le client peut trouver des renseignements sur
 - a) les outils de gestion de compte offerts par le fournisseur de services,
 - b) l'utilisation de données associée aux activités en ligne courantes, et
 - c) les forfaits de rechange qui pourraient mieux répondre à ses besoins.
 - d) les blocs de données disponibles, le cas échéant
-

Outils de surveillance des données

93. **E(2)i** : Nous supportons tout à fait l'idée d'imposer aux fournisseurs de rendre disponibles des outils de surveillance de l'utilisation de données. Le Conseil devrait aussi s'assurer que ces outils auxquels les consommateurs auraient maintenant un accès garanti offrent des renseignements à jour et en temps réel. Par prudence, nous proposons qu'il soit spécifié que ces outils doivent être fournis gratuitement.
94. En plus de développer les outils sur leur site Web, le CRTC devrait également encourager les fournisseurs qui n'en ont pas déjà à développer des applications mobiles qui permettraient aux consommateurs d'accéder facilement à l'information à partir de leur tablette ou cellulaire.
95. **E(2)ii** : En plus de la nécessité pour les fournisseurs de rendre disponible des renseignements sur l'utilisation des données en langage clair, nous croyons que le Conseil devrait insister sur l'exactitude desdits renseignements. Nous avons remarqué des variations importantes dans les exemples de consommation qui sont disponibles sur les sites Web des différents fournisseurs. Il est vrai que la bande passante nécessaire au visionnement d'un film, par exemple, variera grandement selon sa durée ou la qualité de l'image. Or, des précisions du genre ne sont pas toujours disponibles avec les exemples fournis, ce qui les rend pour le moins incomplets et en limite considérablement l'utilité réelle. En voici quelques exemples :

- Concernant le visionnement de films :
 - o Telus évalue que le visionnement d'un film en HD consomme 3Go²⁴.
 - o Rogers parle plutôt de 5Go requis pour le visionnement d'un film en HD²⁵.
 - o Vidéotron évalue à environ 700 Mo la quantité de données utilisées pour le visionnement d'un film, et ne précise pas la qualité de l'image²⁶.
- Concernant l'écoute de musique :
 - o Telus évalue à 100 Mo par heure d'écoute de chaînes musicales²⁷.
 - o Rogers parle plutôt de 75 Mo/heure²⁸.
 - Il est à noter qu'une heure de musique en format flac représente plutôt autour de 350 Mo/heure et la musique en haute résolution exige souvent plus du double.

96. Avec des écarts parfois importants entre les fournisseurs, nous doutons de la capacité du consommateur à s'y retrouver et à faire des choix éclairés quant à l'utilisation de son service. Le Conseil devrait veiller à ce que l'information fournie aux consommateurs soit exacte et suffisamment expliquée pour qu'elle puisse être réellement utile au consommateur.

Version originale	Modifications proposées
<p>i. Le fournisseur de services doit fournir des outils de gestion de compte qui permettent au client de surveiller son utilisation de données et tous autres frais encourus au cours d'un cycle de facturation mensuel. Le fournisseur de services doit s'assurer que ces outils sont accessibles aux clients handicapés.</p>	<p>i. Le fournisseur de services doit fournir <u>sans frais</u> des outils de gestion de compte qui permettent au client de surveiller <u>en temps réel</u> son utilisation de données et <u>toutes autres utilisations susceptibles d'entraîner des frais</u> tous autres frais encourus au cours d'un cycle de facturation mensuel. Le fournisseur de services doit s'assurer que ces outils sont accessibles aux clients handicapés.</p>
<p>ii. Le fournisseur de services doit fournir des renseignements en langage clair sur l'utilisation de données relativement aux activités en ligne courantes. L'information doit être en format accessible pour les</p>	<p>ii. Le fournisseur de services doit fournir <u>rendre disponibles, avec les explications nécessaires,</u> des renseignements <u>exacts et</u> en langage clair sur l'utilisation de données relativement aux activités en</p>

²⁴ <https://www.telus.com/fr/internet/content/data-usage/>

²⁵ <https://www.rogers.com/customer/support/article/understanding-rogers-internet-usage>

²⁶ <https://soutien.videotron.com/residentiel/internet/comprendre-gerer-consommation/comment-fonctionne-consommation-internet>

²⁷ <https://www.telus.com/fr/internet/content/data-usage/>

²⁸ <https://www.rogers.com/customer/support/article/understanding-rogers-internet-usage>

clients handicapés.

ligne courantes. L'information doit être en format accessible pour les clients handicapés.

Version modifiée

i. Le fournisseur de services doit fournir sans frais des outils de gestion de compte qui permettent au client de surveiller en temps réel son utilisation de données et toutes autres utilisations susceptibles d'entraîner des frais au cours d'un cycle de facturation mensuel. Le fournisseur de services doit s'assurer que ces outils sont accessibles aux clients handicapés.

ii. Le fournisseur de services doit rendre disponibles, avec les explications nécessaires, des renseignements exacts et en langage clair sur l'utilisation de données relativement aux activités en ligne courantes. L'information doit être en format accessible pour les clients handicapés.

Frais d'utilisation excédentaire de données

97. Le Conseil propose deux options. L'option 1, qui propose un avis au client qui a encouru des frais d'utilisation excédentaire, nous paraît nettement, à elle seule, insuffisante pour protéger le consommateur contre les factures-surprises, notamment en raison de l'importante discrétion qui est offerte aux fournisseurs. Le consommateur doit être avisé « chaque mois pendant lequel [il] encourt des frais d'utilisation excédentaire ». Comme aucun moment précis n'est prévu pour l'envoi et qu'aucune forme d'avis n'est prescrite, et comme l'avis est destiné à celui à qui des frais supplémentaires sont imposés, il est plausible de croire que ces avis pourraient être intégrés aux factures mensuelles et ne produire par conséquent que très peu d'effet.

98. UC ne s'oppose évidemment pas à ce que les factures mensuelles indiquent au consommateur l'endroit « où il peut trouver des renseignements sur i) les outils de gestion de compte offerts par le fournisseur de services, ii) l'utilisation de données associée aux activités en ligne courantes, et iii) les forfaits de rechange qui pourraient mieux répondre aux besoins du client ». Ces renseignements, si le consommateur n'en prend connaissance (ou si le fournisseur n'attire sur eux l'attention du consommateur) qu'après que ce dernier ait encouru des frais d'utilisation excédentaire qui, rappelons-le, peuvent représenter des sommes importantes, ne suffiront évidemment pas pour éviter les imposantes factures surprises, si c'est justement sur une facture de ce type d'avis qu'apparaît.

99. L'option 2, qui prévoit l'envoi d'un avis aussitôt qu'un montant précis est atteint nous paraît donc plus sage et plus apte à permettre d'éviter les grosses factures-surprises. Et ce, à plus forte raison, si ce type d'avis fait suite à ceux qui sont prévus à la section E, qui seraient transmis avant l'utilisation excédentaire. Nous proposons tout de même certaines modifications au texte proposé à l'option 2.
100. **Moment de l'avis :** Selon nous, en plus des avis transmis au consommateur lorsqu'il a utilisé 75 %, puis 100 % de ses données mensuelles, un autre avis devrait lui être envoyé lorsqu'il atteint 25 \$ de frais d'utilisation excédentaire. Alors que les deux premiers avis ont pour but d'éviter au consommateur d'encourir des frais d'utilisation excédentaire, ce troisième avis servirait plutôt à lui permettre de connaître le coût de son utilisation au-delà des limites mensuelles. Étant donné que les consommateurs ont beaucoup de difficulté à évaluer leur consommation Internet en Mb, nous craignons que l'ampleur des frais d'utilisation excédentaire qu'ils sont susceptibles d'accumuler même en réduisant leur consommation soit tout aussi difficile à évaluer.
101. Un montant de 25\$ nous apparaît approprié puisqu'il représente environ la moitié du montant moyen payé par les ménages canadiens pour leur service d'accès Internet²⁹.
102. **Mention de certains renseignements essentiels :** Bien que nous ne retenions pas l'option 1 comme mode d'avis à favoriser relativement aux frais d'utilisation excédentaire, l'obligation pour les fournisseurs de mentionner l'endroit où trouver une série de renseignements utiles à la compréhension des consommateurs de leur consommation Internet qui y est prévue, nous apparaît hautement pertinente et devrait être ajoutée à la mesure présentée comme option 2. Nous ajouterions également un renvoi vers des renseignements sur les blocs de données qui peuvent être achetés par les consommateurs, le cas échéant. Il s'agit d'une solution intéressante pour un consommateur dont le forfait correspond effectivement à ses besoins et à sa consommation régulière, mais qui consommerait davantage exceptionnellement certains mois.
103. À l'obligation de fournir ces renseignements, nous ajouterions également celle de fournir un autre renseignement assurément essentiel au consommateur qui a atteint sa limite d'utilisation de données : le montant des frais additionnels pour l'utilisation excédentaire de données. Cette information devrait être directement et clairement indiquée dans l'avis.
104. **Possibilité de suspendre les frais :** Nous sommes favorable à ce que soit offerte au consommateur qui atteint sa limite d'utilisation mensuelle, la possibilité de suspendre les frais supplémentaires d'utilisation excédentaire. Plusieurs

²⁹ CRTC, Rapport de surveillance des communications 2018, <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2018/index.htm>

consommateurs ignorent probablement qu'ils peuvent continuer à consommer de la bande passante même s'ils cessent de naviguer sur Internet (ex : mise à jour de logiciels, infonuagique, courriel, OI, etc.). Des explications devraient toutefois être fournies quant à l'effet de la suspension sur les autres services, tels que les services de téléphonie ou de télévision IP, le cas échéant.

105. Bien que nous soyons favorable à ce que la possibilité de suspendre le service d'accès Internet soit offerte aux consommateurs qui ont déjà encouru 25\$ de frais d'utilisation excédentaire, nous trouvons désolant de devoir appuyer une telle mesure de réduction des factures-surprises. Toutes ces complications et ces frais ridiculement élevés à l'origine des factures-surprises pourraient être évités si le CRTC intervenait pour imposer aux fournisseurs des limites sur le montant qui peut être facturé pour les données supplémentaires (en excédentaire ou en blocs). D'autant plus que les montants exigés sont présentement sans commune mesure avec le coût de revient, et que les frais actuels constituent à toutes fins pratiques de l'exploitation.

106. **Possibilité de refuser de recevoir les avis :** Nous nous opposons à ce que les consommateurs aient la possibilité de refuser de recevoir les avis. Nous ne pouvons imaginer de circonstances dans lesquelles il serait à l'avantage d'un consommateur de ne pas recevoir d'avis lorsqu'il s'expose à (ou qu'il a engagé) des frais supplémentaires. À l'inverse, nous imaginons très bien l'intérêt des fournisseurs à ce qu'un consommateur refuse ces avis.

107. Aussi, nous nous inquiétons de la possibilité que certains fournisseurs détournent le sens de cette proposition du Conseil, en prévoyant la renonciation à tel avis par défaut dans leur contrat.

Version originale	Modifications proposées
<p>Option 1 : Le fournisseur de services doit aviser le client qui a encouru des frais d'utilisation excédentaire de l'endroit où il peut trouver des renseignements sur i) les outils de gestion de compte offerts par le fournisseur de services, ii) l'utilisation de données associée aux activités en ligne courantes, et iii) les forfaits de rechange qui pourraient mieux répondre aux besoins du client. Le client peut refuser de recevoir ces avis en tout temps. Ces avis doivent être envoyés chaque mois pendant lequel le client encourt des frais d'utilisation</p>	<p>i. Le fournisseur de services doit aviser le client lorsqu'il a atteint le montant de <u>25 \$</u> en frais d'utilisation excédentaire de données au cours d'un cycle de facturation mensuel.</p> <p>ii. Cet avis doit indiquer <u>le montant des frais d'utilisation excédentaire</u> et l'endroit où il peut trouver des renseignements sur</p> <p><u>a)</u> les outils de gestion de compte offerts par le fournisseur de services,</p> <p><u>b)</u> l'utilisation de données associée</p>

excédentaire, à moins que ce dernier n'ait refusé de recevoir de tels avis. Note : Cette approche est conforme aux attentes établies dans la politique réglementaire de télécom 2016-496.

ET/OU

Option 2 : Le fournisseur de services doit aviser le client lorsqu'il a atteint le montant de X \$ (p. ex. 0 \$, 50 \$, 100 \$) en frais d'utilisation excédentaire de données au cours d'un cycle de facturation mensuel. Cet avis doit permettre au client de suspendre les frais supplémentaires d'utilisation excédentaire au cours de ce cycle de facturation. Le client peut refuser de recevoir ces avis en tout temps.

aux activités en ligne courantes, et

c) les forfaits de recharge qui pourraient mieux répondre aux besoins du client.

d) les blocs de données disponibles, le cas échéant

~~Le client peut refuser de recevoir ces avis en tout temps. Ces avis doivent être envoyés chaque mois pendant lequel le client encourt des frais d'utilisation excédentaire, à moins que ce dernier n'ait refusé de recevoir de tels avis.~~

iii. Cet avis doit permettre au client de suspendre les frais supplémentaires d'utilisation excédentaire au cours de ce cycle de facturation. Le client peut refuser de recevoir ces avis en tout temps. Des explications doivent être fournies sur les effets de la suspension, notamment pour les services de téléphonie et de télévision, le cas échéant.

Version modifiée

i. Le fournisseur de services doit aviser le client lorsqu'il a atteint le montant de 25 \$ en frais d'utilisation excédentaire de données au cours d'un cycle de facturation mensuel.

ii. Cet avis doit indiquer le montant des frais d'utilisation excédentaire et l'endroit où il peut trouver des renseignements sur

- a) les outils de gestion de compte offerts par le fournisseur de services,
- b) l'utilisation de données associée aux activités en ligne courantes, et
- c) les forfaits de recharge qui pourraient mieux répondre aux besoins du client.

iii. Cet avis doit permettre au client de suspendre les frais supplémentaires d'utilisation excédentaire au cours de ce cycle de facturation. Des explications doivent être fournies sur les effets de la suspension, notamment pour les services de téléphonie et de télévision, le cas échéant.

SECTION F : QUESTIONS LIÉES À L'ÉQUIPEMENT

Appel de service

108. D'entrée de jeu, il faut admettre que nous comprenons plus ou moins la présence de règles relatives aux appels de service dans le Code sur les services d'accès Internet. Nous sommes d'avis qu'il serait plus cohérent d'en traiter dans un code sur les pratiques de vente et de publicité des fournisseurs, puisqu'il s'agit de service à la clientèle et d'une étape connexe à la vente d'un service.
109. Aussi, si le Conseil souhaitait réellement s'attaquer aux problèmes relatifs à l'installation des services (plages horaires et attente du technicien, annulation de rendez-vous, etc.), nous sommes d'avis qu'il pourrait s'inspirer de plusieurs initiatives étrangères à ce sujet³⁰ - notamment :
- L'OFCOM prévoit l'octroi de compensations aux consommateurs lorsque le technicien ou l'installateur d'un fournisseur ne se présente pas au rendez-vous ou lorsque le fournisseur annule ce rendez-vous à moins de 24 heures d'avis³¹.
 - Le Telecommunications (Customer Service Guarantee) Standard, encadrement australien qui prévoit notamment certaines règles relatives aux rendez-vous d'installation, dont une limite de temps (période de 5 heures maximum)³², des délais de retard maximum stricts lors des rendez-vous³³ et des pénalités pour les fournisseurs en cas de rendez-vous manqués³⁴.
110. Nous trouvons regrettable que le Conseil envisage de ne traiter – et à plus forte raison dans un code qui vise la protection du consommateur – que des annulations de rendez-vous par les consommateurs et des pénalités qu'un fournisseur pourrait leur imposer, sans traiter parallèlement des cas où le fournisseur est lui-même responsable de l'annulation d'un rendez-vous et des dommages que cela entraîne pour le consommateur.
111. Nous suggérons donc au Conseil de mettre de côté ces préoccupations pour le moment, pour les traiter de façon plus exhaustive dans le cadre d'un examen des mesures qui s'imposent en matière de service à la clientèle.

³⁰ Pour plus de renseignements au sujet des initiatives étrangères relatives à la qualité et l'efficacité des services à la clientèle des fournisseurs de services de communication : UNION DES CONSOMMATEURS, Télécommunications et service à la clientèle : le temps d'une mise au point, juin 2018,

https://uniondesconsommateurs.ca/service-clientele/?_sft_documents=rappports-de-recherche
<https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2017/automatic-compensation>

³² Telecommunications (Customer Service Guarantee) Standard 2011 made under sections 115, 117 and 120 of the Telecommunications (Consumer Protection and Service Standards) Act 1999, art 16(3)b), <https://www.legislation.gov.au/Details/F2011C00791>

³³ *Ibid*, art 17.

³⁴ *Ibid*, part 2, item 205.

Rabais relatifs aux interruptions de service

112. Tel que mentionné précédemment, il nous paraît étrange de prévoir l'obligation pour un fournisseur d'indiquer au contrat sa politique sur les interruptions de service, incluant la façon dont les rabais seront appliqués, alors qu'on ne trouve nulle part au Code quelque obligation pour le fournisseur d'offrir des rabais suivant une interruption. Cette obligation est-elle implicite ? Cela ne semble pas être la compréhension de plusieurs fournisseurs de service de télévision, soumis à une règle similaire en vertu du Code couvrant ce service. Rares sont ceux qui offrent effectivement des rabais suivant une période d'interruption, si l'on se fie aux différents contrats disponibles sur le site Web des fournisseurs³⁵. Ces rabais nous semblent pourtant nécessaires dans la mesure où un consommateur ne devrait pas avoir à payer pour un service qu'il n'a pas reçu. Rappelons d'ailleurs que les services intermittents et la perte complète du service constituent le premier motif de plainte à la CPRST relativement aux services d'accès Internet, avant même les problèmes liés aux erreurs de facturation ou à la non-divulcation des modalités de services, auxquels s'intéresse davantage le Conseil³⁶.

113. Nous proposons donc que le Conseil clarifie l'obligation pour les fournisseurs d'offrir un rabais suivant une période d'interruption du service d'accès Internet.

Version originale	Modifications proposées
i. Le fournisseur de services doit expliquer dans son contrat et les documents connexes sa politique entourant les interruptions de service et la façon dont les rabais seront appliqués.	<u>i. Le fournisseur de services doit avoir une politique entourant les interruptions de service qui comprend notamment l'offre de rabais suivant une interruption de service.</u> ii. Le fournisseur de services doit expliquer dans son contrat et les documents connexes sa politique entourant les interruptions de service et la façon dont les rabais seront appliqués.

Version modifiée

i. Le fournisseur de service doit avoir une politique entourant les interruptions de

³⁵ À titre d'exemples :

Joint term of use de Shaw : "Shaw does not warrant uninterrupted use of the Services and will not apply any rebate for service interruptions": https://www.shaw.ca/uploadedfiles/terms_of_use/cable_-_joint_terms_of_service_august_2018.pdf

Modalités de service de Bell (Bell Télé) : "Tout crédit ou remboursement en raison de toute non-disponibilité ou panne de service est à la discrétion entière de Bell. » :

https://www.bell.ca/Styles/common/all_languages/all_regions/pdfs/Modalites_de_service_Bell.pdf

³⁶ CPRST, Rapport annuel 2017-2018, p.17.

service qui comprend notamment l'offre de rabais suivant une interruption de service.

ii. Le fournisseur de services doit expliquer dans son contrat et les documents connexes sa politique entourant les interruptions de service et la façon dont les rabais seront appliqués.

Réparation de l'équipement fourni par le fournisseur

114. Nous proposons d'ajouter dans la section F une disposition sur la réparation de l'équipement fourni par le fournisseur qui est requis pour profiter du service d'accès Internet. Notre proposition s'inspire des règles à cet effet prévues au Code sur les services sans fil³⁷ et dans la Lpc³⁸.

115. Il est en effet injuste d'imposer au consommateur de payer pour un service qu'il ne peut utiliser pendant la réparation d'un équipement indispensable si aucun équipement de rechange ne lui est fourni pour lui permettre d'accéder à l'ensemble des services.

116. Il nous semble en outre que cette suspension des frais de service devrait aller de soi et que le consommateur ne devrait pas avoir à la demander. Si cette exigence prévue au Code sur les services sans-fil devait être maintenue, elle devrait à tout le moins être accompagnée de celle qui serait faite au fournisseur d'informer le consommateur expressément et sans ambiguïté, à l'occasion de toute défectuosité d'un bien fourni pour ou dans le cadre du service, aussi bien du droit à la réparation du bien que de celui d'obtenir la suspension des frais pour toute la période au cours de laquelle il est privé de services du fait de la défectuosité du bien.

117. Rappelons que le but ici n'est pas d'imposer aux fournisseurs l'obligation d'offrir un équipement fonctionnel temporaire, mais plutôt de leur interdire d'exiger des frais

³⁷ CRTC, Code sur les services sans fil, section F(4)i) : « Le fournisseur de services doit suspendre les frais du service sans fil au cours des réparations de l'appareil, sur demande, si toutes les conditions suivantes s'appliquent :

- a. le fournisseur de services a fourni l'appareil dans le cadre d'un contrat et le client remet l'appareil au fournisseur de services aux fins de réparation;
- b. l'appareil est couvert par une garantie du fabricant ou du fournisseur de services;
- c. le fournisseur de services n'a pas fourni un appareil de remplacement sans frais au cours de la réparation;
- d. le client aurait à payer des frais de résiliation anticipée s'il annulait ses services sans fil. ».

³⁸ Loi sur la protection du consommateur, RLRQ c P-40.1, 214.5 : « Le commerçant ne peut exiger le prix des services dont le consommateur a été privé pendant la période de réparation du bien qu'il lui a fourni gratuitement ou vendu lors de la conclusion ou pendant la durée du contrat, dans les circonstances suivantes:

- 1° ce bien lui a été confié pour être réparé pendant la période de garantie et il n'a pas fourni gratuitement de bien de remplacement;
- 2° ce bien est nécessaire à l'utilisation des services achetés.

De même, le commerçant ne peut exiger du consommateur le prix des services dont il a été privé pendant la période de réparation du bien qu'il a loué du commerçant pour l'utilisation des services achetés. ».

liés à l'équipement en réparation et au service dont le consommateur ne peut profiter sans cet équipement.

Version proposée

- i. Le fournisseur de services doit suspendre les frais du service au cours des réparations de l'équipement si les conditions suivantes s'appliquent :
 - a. le fournisseur de services a fourni l'équipement dans le cadre d'un contrat;
 - b. le client remet l'équipement au fournisseur de services aux fins de réparation;
 - c. l'appareil est couvert par une garantie du fabricant ou du fournisseur de services;
 - d. le fournisseur de services n'a pas fourni un équipement de remplacement sans frais au cours de la réparation.
 - ii. Le fournisseur ne peut non plus exiger du consommateur les frais de location de l'équipement dont il est privé pendant la réparation.
-

SECTION G : RÉSILIATION ET PROLONGATION DU CONTRAT

Période d'essai

118. **G(2)i)** : Nous ne sommes pas d'accord avec la proposition du Conseil qui vise à limiter le droit à une période d'essai aux seuls consommateurs qui ont conclu un contrat assujéti à des frais de résiliation anticipée (soit un contrat à durée déterminée). Tous les consommateurs devraient pouvoir s'assurer que le forfait sélectionné leur convient et répond à leurs besoins sans être pénalisés financièrement. Or, même en l'absence de frais de résiliation anticipée, d'autres coûts qui auront été engagés par le consommateur peuvent limiter indûment sa capacité de mettre fin rapidement à un contrat qui ne convient pas (ex : frais d'installation, frais d'activation, frais liés à l'équipement acheté ou loué dans le cadre du contrat).
119. Les propositions du Conseil qui limitent le droit à une période d'essai aux nouveaux clients et aux clients existants nous inquiètent également. Qu'en est-il de l'ancien client qui aurait encore un dossier chez son ancien fournisseur malgré un changement de fournisseur depuis ? Est-il un nouveau client s'il se réabonne chez le premier fournisseur ? Plutôt que de prévoir le droit à une période d'essai à « un nouveau client [qui] conclut un contrat », nous sommes d'avis qu'il serait plus sage de prévoir le droit à une période d'essai à « un client [qui] conclut un nouveau contrat », afin d'éviter qu'un fournisseur ne tente de nier ce droit à un ancien client.

120. Aussi, nous sommes d'avis que les périodes d'essai envisagées par le Conseil devraient être d'une période de 31 jours civils, soit la durée maximale d'un mois. Considérant que l'un des problèmes identifiés par le Conseil dans l'élaboration du présent Code concerne la difficulté des consommateurs à bien comprendre et estimer l'utilisation qu'ils font des données³⁹, ce qui entraîne une difficulté à estimer les quantités de données qui seront nécessaires à une utilisation mensuelle normale, il nous semblerait plus cohérent de permettre au consommateur de « tester » le service, et surtout ses limites de téléchargement, le cas échéant, pendant une période équivalant à un mois. En fait, plusieurs des éléments fondamentaux du service d'accès Internet fonctionnent au mois : prix mensuel, capacité de téléchargement mensuel, etc. Il nous paraît donc logique de prévoir une période d'essai correspondante.
121. Nous soulignons également l'inclusion d'un droit des consommateurs de retourner à leur forfait antérieur avant la fin de la période d'essai de leur nouveau forfait ou de leur forfait modifié. Il s'agissait d'un problème majeur pour plusieurs consommateurs qui, attirés par une offre alléchante de leur fournisseur qui s'avérait finalement décevante, ont perdu leur ancien forfait. Notons aussi que dans certains cas, les consommateurs ignorent qu'en acceptant certaines modifications, ils changent de contrat et perdent les avantages de leur ancien contrat et, donc, de leur ancien forfait.
122. **G(2)v)** : Le Conseil questionne sur la possibilité pour les clients de ne pas payer les frais d'installation advenant l'annulation de leur service pendant ou suite à la période d'essai. UC encourage vivement le Conseil à inclure les frais d'installation et les frais d'activation dans les frais qui ne peuvent être exigés du consommateur qui fait valoir son droit d'annulation durant la période d'essai.
123. Nous ajoutons également les frais d'activation, puisque certains fournisseurs offrent l'installation « gratuite » ou à prix réduit et facturent plutôt des frais uniques d'activation, dont les montants sont finalement très similaires aux frais d'installation qu'exigent d'autres fournisseurs :
- Bell : frais d'activation de 59,95\$⁴⁰
 - Vidéotron : frais d'installation de 59,95\$⁴¹
 - Rogers : frais d'installation de 49,99\$ et frais de mise en service de 19,95\$⁴²
124. Le non-remboursement de l'ensemble de ces frais, peu importe le nom que leur donnent les fournisseurs, risquerait de réduire grandement la possibilité pour un consommateur d'exercer son droit d'annulation initial si le service ne lui convient

³⁹ CRTC, Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422, para 7.

⁴⁰ https://www.bell.ca/Services_Internet/Produits/Internet-Fibe-Gigabit-FTTH

⁴¹ <http://www.videotron.com/residentiel/internet/internet-residentiel/internet-fibre-60#/tab/installation>

⁴² <https://www.rogers.com/consumer/rogers-internet>

pas. Tel qu'exposé plus haut, ces frais sont généralement de 60-70\$, une somme non négligeable pour de nombreux consommateurs. Face à un forfait qui ne leur convient finalement pas, certains pourraient choisir de ne pas annuler leur contrat afin de « rentabiliser » cette somme et s'éviter de nouveaux frais d'installation et/ou d'activation chez un autre fournisseur. Il serait regrettable que ce type d'obstacle économique rende inutilisable pour certains consommateurs cette nouvelle option qui leur est offerte par le Conseil.

125. Nous sommes en outre d'avis que le remboursement de ces sommes en cas d'annulation pourrait servir d'incitatif sérieux pour les fournisseurs à s'assurer que les services d'accès Internet qu'ils fournissent à leurs clients correspondent à leurs besoins ainsi qu'aux représentations qui leur ont été faites et qu'ils sont de qualité.

126. Enfin, nous proposons d'harmoniser deux des dispositions de la section ; l'une parlant d'annulation « au cours de » la période d'essai et l'autre, « à la fin » de la période d'essai. Il nous semble que le droit du consommateur de mettre fin à son contrat existe tout autant au cours de la période d'essai qu'à la fin de la période d'essai.

127. **G(2)vi (ajout)** : Afin d'éviter qu'un consommateur ne soit pénalisé s'il exerce son droit d'annulation durant la période d'essai et de lever un autre d'obstacle économique qui pourrait mettre en péril l'exercice du droit à la période d'essai, nous sommes d'avis qu'il devrait être possible pour un consommateur de remettre l'équipement acheté chez le fournisseur à l'occasion ou dans le cadre du contrat de service afin de profiter dudit service d'accès Internet (modem, routeur, etc.), s'il est en bon état. Il est souvent plus rentable pour un consommateur d'acheter l'équipement plutôt que de payer pour sa location pendant plusieurs années. Toutefois, certains fournisseurs ne permettent pas au consommateur d'utiliser son propre modem ou limitent cette possibilité à certains modèles spécifiques. Un consommateur pourrait donc investir dans un dispositif dont il ne pourrait finalement plus se servir suivant l'annulation de son contrat pendant une période d'essai. Encore une fois, il préférera peut-être ne pas mettre fin à son contrat, même s'il ne convient pas, pour ne pas perdre les sommes investies dans l'appareil.

128. Le Conseil devrait veiller à ce que les services d'accès Internet satisfassent les exigences économiques et sociales des usagers et, lorsque ce n'est malheureusement pas le cas, assurer qu'ils puissent mettre fin à leur contrat facilement et sans perte financière.

Version originale	Modifications proposées
i. Lorsqu'un nouveau client conclut un contrat assujéti à des frais de résiliation	i. Lorsqu'un nouveau client conclut un <u>nouveau</u> contrat assujéti à des frais de

anticipée, le fournisseur de services doit offrir au client une période d'essai d'au moins [option : 15 ou 30] jours civils afin de permettre au client de déterminer si le service répond à ses besoins.

De plus, lorsqu'un client existant accepte un nouveau forfait ou un forfait modifié assujéti à des frais de résiliation anticipée ou d'autres pénalités pour résilier un contrat de manière hâtive, le fournisseur de services doit offrir au client une période d'essai d'au moins [option : 15 ou 30] jours civils afin de permettre au client de déterminer si le service répond à ses besoins. Le client existant doit avoir l'option de retourner à son forfait antérieur à la fin de la période d'essai.

[...]

v. Au cours de la période d'essai, le client peut annuler son contrat sans payer de pénalité, [option : de frais d'installation] ou de résiliation anticipée, à condition :

- a. qu'il n'ait pas dépassé les limites d'utilisation permises;
- b. qu'il ait rendu à l'état presque neuf l'équipement fourni par le fournisseur de services, le cadeau avec achat ainsi que tout emballage original le cas échéant.

~~résiliation anticipée~~, le fournisseur de services doit lui offrir ~~au client~~ une période d'essai d'au moins 31 jours civils afin de lui permettre ~~au client~~ de déterminer si le service répond à ses besoins.

De plus, lorsqu'un client existant accepte un nouveau forfait ou un forfait modifié ~~assujéti à des frais de résiliation anticipée ou d'autres pénalités pour résilier un contrat de manière hâtive~~, le fournisseur de services doit lui offrir ~~au client~~ une période d'essai d'au moins 31 jours civils afin de lui permettre ~~au client~~ de déterminer si le service répond à ses besoins. Le client existant doit avoir l'option de retourner à son forfait antérieur au cours de ou à la fin de la période d'essai.

[...]

v. Au cours de ou à la fin de la période d'essai, le client peut annuler son contrat sans payer de pénalité, de frais d'installation et/ou d'activation ou de résiliation anticipée, à condition :

- a. qu'il n'ait pas dépassé les limites d'utilisation permises;
- b. qu'il ait rendu à l'état presque neuf l'équipement fourni par le fournisseur de services, le cadeau avec achat ainsi que tout emballage original le cas échéant.

vi. Le client qui annule son contrat au cours de la période d'essai peut retourner l'équipement acheté auprès du fournisseur dans le cadre ou à l'occasion du contrat et en obtenir le remboursement s'il remet l'équipement dans un bon état.

Version modifiée

i. Lorsqu'un client conclut un nouveau contrat, le fournisseur de services doit lui offrir

une période d'essai d'au moins 31 jours civils afin de lui permettre de déterminer si le service répond à ses besoins.

De plus, lorsqu'un client existant accepte un nouveau forfait ou un forfait modifié assujéti à des frais de résiliation anticipée ou d'autres pénalités pour résilier un contrat de manière hâtive, le fournisseur de services doit lui offrir une période d'essai d'au moins 31 jours civils afin de lui permettre de déterminer si le service répond à ses besoins. Le client existant doit avoir l'option de retourner à son forfait antérieur au cours de ou à la fin de la période d'essai.

[...]

v. Au cours de ou à la fin de la période d'essai, le client peut annuler son contrat sans payer de pénalité, de frais d'installation et/ou d'activation ou de résiliation anticipée, à condition :

- a. qu'il n'ait pas dépassé les limites d'utilisation permises;
- b. qu'il ait rendu à l'état presque neuf l'équipement fourni par le fournisseur de services, le cadeau avec achat ainsi que tout emballage original le cas échéant.

vi. Le client qui annule son contrat au cours de la période d'essai peut retourner l'équipement acheté auprès du fournisseur dans le cadre ou à l'occasion du contrat et en obtenir le remboursement s'il remet l'équipement dans un bon état.

Date de résiliation

129. **G(3)i)** : Nous soulignons au Conseil que plusieurs consommateurs trouvent particulièrement frustrant de devoir envoyer un avis écrit à leur fournisseur afin de résilier leur contrat, après avoir pourtant avisé le fournisseur par téléphone de cette intention et s'être vu refuser la possibilité de procéder ainsi. Certains fournisseurs refusent d'ailleurs de tenir compte de la date à laquelle l'appel a été logé lorsqu'ils déterminent la date de résiliation applicable.

130. Nous proposons donc de modifier cette disposition afin qu'elle n'ait pas pour effet de limiter les modes de communication permis et que les fournisseurs soient tenus de respecter l'intention exprimée par les consommateurs ; ainsi le Code devrait prévoir la possibilité pour un consommateur « d'aviser » le fournisseur plutôt que « d'envoyer un avis ». Si le fournisseur exige un avis écrit, la date de résiliation devrait tout de même prendre effet à la date où le consommateur a exprimé pour la première fois son intention de mettre fin au contrat.

131. **G(3)ii)** : Dans la version proposée par le Conseil, la résiliation prend effet le jour de la réception de l'avis par le fournisseur, ce qui est très bien dans les cas où le client désire une résiliation immédiate. Cette formulation a par contre pour effet

d'empêcher un consommateur de communiquer à l'avance avec son fournisseur en vue de résilier son contrat à une date ultérieure, qu'il indiquerait à l'avis. Nous proposons donc d'ajouter au libellé la possibilité pour les consommateurs d'indiquer une date ultérieure à laquelle ils désirent résilier les services lorsqu'ils avisent le fournisseur de leur souhait de résilier le contrat et l'obligation pour le fournisseur de résilier le contrat à la date indiquée par le client.

Version originale	Modifications proposées
<p>i. Le client peut résilier son contrat en tout temps en envoyant un avis à son fournisseur de services.</p> <p>ii. La résiliation prend effet le jour où le fournisseur de services reçoit l'avis de résiliation.</p>	<p>i. Le client peut résilier son contrat en tout temps en envoyant <u>avisant</u> un avis à son fournisseur de services.</p> <p>ii. La résiliation prend effet le jour où le fournisseur de services reçoit l'avis de résiliation <u>ou à la date indiquée par le consommateur à cet avis.</u></p> <p><u>iii. Si le consommateur donne son avis autrement que par écrit et que le fournisseur exige un avis écrit, la date de résiliation prend tout de même effet à la date du premier avis.</u></p>

Version modifiée

- i. Le client peut résilier son contrat en tout temps en avisant son fournisseur de services.
- ii. La résiliation prend effet le jour où le fournisseur de services reçoit l'avis de résiliation ou à la date indiquée par le consommateur à cet avis.
- iii. Si le consommateur donne son avis autrement que par écrit et que le fournisseur exige un avis écrit, la date de résiliation prend tout de même effet à la date du premier avis.

Prolongation du contrat

132. **G(5)ii)** : Cette disposition prévoit l'envoi d'un avis par le fournisseur au moins 90 jours avant la fin de la période d'engagement. Ce délai nous paraît excessif et risquerait de ne pas produire l'effet escompté. Avisé plus de trois mois à l'avance, un consommateur risque fort d'oublier la teneur de cet avis à la fin de son contrat. Aussi, il est peu probable qu'il entreprenne si longtemps avant la fin de son contrat des démarches afin de changer de forfait et/ou de fournisseur. Nous proposons

plutôt que le consommateur soit informé par le fournisseur de 60 à 90 jours avant la fin de la période d'engagement, et ce de façon exprès. C'est d'ailleurs cette formule qui a été retenue dans la Lpc⁴³.

133. Notons également que dans sa forme proposée par le Conseil, cette disposition permettrait théoriquement au fournisseur de remettre l'avis de prolongation au moment même de la conclusion du contrat, puisque la remise aurait alors lieu plus de 90 jours avant la fin de la période d'engagement. Nous doutons que ce soit là l'intention du Conseil.

134. **G(5)ii)b)** : Nous notons également que parmi tous les renseignements que le fournisseur doit fournir au consommateur dans l'avis de prolongation, aucun ne traite de la manière pour le consommateur d'éviter une telle prolongation. Nous proposons donc l'ajout d'une mention obligatoire à cet effet dans l'avis.

Version originale	Modifications proposées
<p>[...]</p> <p>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. L'avis doit inclure ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. la date d'expiration du contrat; b. une déclaration que le client peut, à compter de cette date, changer de forfait ou de fournisseur de services ou encore résilier son service sans encourir de pénalité; c. de l'information expliquant : <p>[...]</p>	<p>[...]</p> <p>ii. Dans le cas d'un contrat à durée déterminée, le fournisseur de services doit informer le client, au moins 90 jours civils <u>entre 90 et 60 jours</u> avant la fin de la période d'engagement initiale, si le contrat sera automatiquement prolongé ou non. L'avis doit <u>être exprès et doit</u> inclure ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. la date d'expiration du contrat; b. une déclaration que le client peut, à compter de cette date, changer de forfait ou de fournisseur de services ou encore résilier son service sans encourir de pénalité, <u>et la façon de procéder;</u> c. de l'information expliquant : <p>[...]</p>

Version modifiée

[...]

⁴³ Loi sur la protection du consommateur, RLRQ c. P-40.1, art 214.4(1) : « Le commerçant doit, entre le 90e et le 60e jour précédant la date d'expiration du contrat, transmettre au consommateur un avis écrit l'informant de cette date. ».

ii. Dans le cas d'un contrat à durée déterminée, le fournisseur de services doit informer le client, entre 90 et 60 jours avant la fin de la période d'engagement initiale, si le contrat sera automatiquement prolongé ou non. L'avis doit être exprès et doit inclure ce qui suit :

- a. la date d'expiration du contrat;
- b. une déclaration que le client peut, à compter de cette date, changer de forfait ou de fournisseur de services ou encore résilier son service sans encourir de pénalité, et la façon de procéder;
- c. de l'information expliquant :

[...]

SECTION H : DÉPÔTS DE GARANTIE

135. En raison de l'importance des services d'accès Internet et des risques que l'exigence par les fournisseurs de dépôts trop importants réduise l'accès aux services, notamment pour les consommateurs les plus vulnérables et/ou marginalisés et maintienne ainsi le fossé numérique existant, nous sommes d'avis que le montant des dépôts devrait être encadré par le Conseil. Des règles à cet effet existent d'ailleurs dans le Code sur les politiques de débranchement et de dépôt⁴⁴. Nous proposons au Conseil de s'en inspirer en limitant le montant total du dépôt à une somme n'excédant pas l'équivalent des frais de service minimaux pour deux mois. Considérant le coût moyen payé par les consommateurs canadiens pour leur service d'accès Internet (49,50\$ par mois⁴⁵), un tel plafond nous paraît certainement suffisant pour couvrir les « risques financiers » des fournisseurs, le cas échéant.

136. **H(1)i)d** : Nous croyons qu'un client devrait pouvoir en tout temps, suite à un changement de circonstances, demander au fournisseur de procéder à l'évaluation de la justification et de la pertinence de maintenir un dépôt. Un changement de circonstances signalé par le client pourrait ainsi être pris en compte de manière opportune par le fournisseur.

137. **H(1)iii** : Par prudence, nous proposons de spécifier que le fournisseur doit octroyer un délai raisonnable au consommateur lorsqu'il lui demande de reconstituer le dépôt de garantie. Rappelons que cette situation se produira suite à un défaut de paiement du client que le dépôt aura servi à couvrir et qu'il est fort probable que le consommateur aura besoin d'un peu de temps pour trouver l'argent nécessaire à la remise d'un nouveau dépôt, en plus du paiement des comptes courants.

⁴⁴ CRTC, Code sur les politiques de débranchement et de dépôt, art 2.1.

⁴⁵ CRTC, Rapport de surveillance des communications 2018, <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2018/index.htm>

Version originale	Modifications proposées
<p>1. Demande, examen et retour d'un dépôt de garantie</p> <p>i. Si le fournisseur de services demande un dépôt de garantie à un client, il doit :</p> <p>[...]</p> <p>d. évaluer au moins une fois par année la pertinence de conserver le dépôt de garantie ;</p> <p>[...]</p> <p>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.</p>	<p><u>1. Montant d'un dépôt de garantie</u></p> <p><u>i. Si un fournisseur de services demande un dépôt de garantie à un client, le montant total du dépôt ne doit pas dépasser le montant équivalant aux frais de service pour deux mois.</u></p> <p>1. <u>2. Demande, examen et retour d'un dépôt de garantie</u></p> <p>i. Si le fournisseur de services demande un dépôt de garantie à un client, il doit :</p> <p>[...]</p> <p>d. évaluer au moins une fois par année la pertinence de conserver le dépôt de garantie, <u>ou à la demande d'un client qui signale un changement de circonstances;</u></p> <p>[...]</p> <p>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 <u>dans un délai raisonnable,</u> comme condition pour continuer de fournir le service.</p>

Version modifiée

1. Montant d'un dépôt de garantie

i. Si un fournisseur de services demande un dépôt de garantie à un client, le montant total du dépôt ne doit pas dépasser le montant équivalant aux frais de service pour deux mois.

2. Demande, examen et retour d'un dépôt de garantie

i. Si le fournisseur de services demande un dépôt de garantie à un client, il doit :

[...]

d. évaluer au moins une fois par année la pertinence de conserver le dépôt de garantie, ou à la demande d'un client qui signale un changement de circonstances ;

[...]

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 dans un délai raisonnable, comme condition pour continuer de fournir le service.

SECTION I : DÉBRANCHEMENT

138. **I(1)i)a)** : Le montant minimal de 50\$ d'une dette donnant ouverture à un débranchement nous semble désuet. Il nous semble déraisonnable que ce montant, d'abord prévu au Code sur les politiques de débranchement et de dépôt en 2011, soit le même pour les différents services, dont les prix moyens respectifs sont pourtant très différents.
139. Étant donné que les ménages canadiens dépensent en moyenne 27,50 \$ par mois pour leur service de téléphonie filaire⁴⁶, il peut être acceptable de prévoir qu'un solde en souffrance de 50 \$ et plus ou un compte en souffrance depuis plus de 2 mois (ce qui représentera en moyenne un montant proche de 50 \$) permettra au fournisseur d'envisager l'interruption de service. Ces deux situations mènent sensiblement au même résultat, soit de laisser un peu de temps au consommateur aux prises avec des difficultés de paiement pour régulariser sa situation et ne pas suspendre son service dès le premier mois de retard.
140. La situation est bien différente lorsqu'il s'agit du service d'accès Internet. Avec des dépenses mensuelles moyennes de 49,50 \$⁴⁷, de nombreux ménages pourraient risquer la mise en branle des procédures de débranchement dès qu'ils accusent un retard de paiement d'un mois. Nous proposons donc plutôt un montant à payer d'au moins 100 \$. Aussi, afin d'éviter qu'un consommateur soit débranché pour une somme bien inférieure qui serait en souffrance depuis deux mois, nous croyons que ces deux conditions devraient être cumulatives. Étant donné l'importance du service d'accès Internet, un fournisseur ne devrait pouvoir procéder au débranchement d'un client pour défaut de paiement, seulement si le compte est en souffrance depuis plus de deux mois et que le montant à payer est d'au moins 100 \$.
141. **I(3)** : Le titre de cette section laisse entendre qu'elle traite des frais de débranchement. Pourtant, il s'agit plutôt des contestations relatives aux motifs de débranchement. Nous proposons donc un changement en ce sens.

⁴⁶ CRTC, Rapport de surveillance des communications 2018, <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2018/index.htm>

⁴⁷ CRTC, Rapport de surveillance des communications 2018, <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/PolicyMonitoring/2018/index.htm>

142. **I(4) (ajout)** : Nous souhaitons l'ajout d'une disposition interdisant aux fournisseurs de facturer des frais de service pour la période pendant laquelle le service est suspendu. Rien ne justifie qu'un consommateur paie pour un service auquel il n'a plus accès. Le Conseil ne devrait pas tolérer que des fournisseurs s'enrichissent sur le dos de consommateurs aux prises avec des difficultés de paiement.

Version originale	Modifications proposées
<p>1. Moment où le débranchement est possible</p> <p>i. Le fournisseur de services peut procéder au débranchement du service postpayé du client en raison d'un défaut de paiement seulement lorsque le client :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. omet de payer un compte en souffrance, si le montant à payer dépasse 50 \$ ou le compte est en souffrance depuis plus de deux mois ; b. omet de fournir ou de maintenir un dépôt de garantie raisonnable ou une solution de rechange raisonnable à la demande du fournisseur de services ; ou c. convient avec le fournisseur de services de verser des paiements différés et ne respecte pas les modalités de l'entente. <p>[...]</p>	<p>1. Moment où le débranchement est possible</p> <p>i. Le fournisseur de services peut procéder au débranchement du service postpayé du client en raison d'un défaut de paiement seulement lorsque le client :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. omet de payer un compte en souffrance, si le montant à payer dépasse 50 \$ 100 \$ ou et que le compte est en souffrance depuis plus de deux mois ; b. omet de fournir ou de maintenir un dépôt de garantie raisonnable ou une solution de rechange raisonnable à la demande du fournisseur de services ; ou c. convient avec le fournisseur de services de verser des paiements différés et ne respecte pas les modalités de l'entente. <p>[...]</p>
<p>3. Contestation des frais de débranchement</p> <p>[...]</p>	<p>3. Contestation des frais <u>motifs</u> de débranchement</p> <p>[...]</p>
<p>[...]</p>	<p><u>4. Frais durant le débranchement</u></p> <p><u>i. Un fournisseur de service ne peut facturer aucuns frais de service pour les périodes pendant lesquelles le service est suspendu.</u></p>

Version modifiée

1. Moment où le débranchement est possible

- i. Le fournisseur de services peut procéder au débranchement du service postpayé du client en raison d'un défaut de paiement seulement lorsque le client :
 - a. omet de payer un compte en souffrance, si le montant à payer dépasse 100 \$ et que le compte est en souffrance depuis plus de deux mois ;
 - b. omet de fournir ou de maintenir un dépôt de garantie raisonnable ou une solution de rechange raisonnable à la demande du fournisseur de services ; ou
 - c. convient avec le fournisseur de services de verser des paiements différés et ne respecte pas les modalités de l'entente.

[...]

3. Contestation des motifs de débranchement

[...]

4. Frais durant le débranchement

- i. Un fournisseur de service ne peut facturer aucuns frais de service pour les périodes pendant lesquelles le service est suspendu.
-

DÉFINITIONS

- 143. Nous proposons plusieurs changements aux définitions proposées par le Conseil. Certains commentaires visent à simplifier les définitions et à s'assurer qu'elles demeurent des explications, des mots ou des expressions identifiés et non des dispositions de fond qui décrivent les règles qui se rapportent aux mots ou aux expressions « définis ». D'autres commentaires visent plutôt à assurer la cohérence entre les définitions en langue anglaise et française.
- 144. **Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision Inc. (CPRST)** : Nous sommes d'avis qu'il devrait être indiqué que la CPRST traite les plaintes qu'elle reçoit « d'une manière conforme aux différents codes mis en place par le CRTC » et non seulement « d'une manière conforme au Code sur les services Internet ». D'une part, cette définition serait plus juste. D'autre part, les consommateurs qui font appel à la CPRST ont souvent plusieurs motifs de plaintes qui peuvent concerner une variété de services, étant donné la popularité du regroupement de plusieurs services de communication chez le même fournisseur. La définition plus large que nous proposons leur permettrait de comprendre que la

CPRST pourra vraisemblablement traiter des problèmes qui recoupent plusieurs services.

145. Aussi intéressante qu'elle soit, il ne nous apparait pas que la mention de l'adresse à laquelle se trouvent les données publiées par la CPRST constitue un élément de définition de l'organisme. Cette mention devrait être déplacée à la fin du Code sous une mention du type : *Pour vous informer sur les données recueillies par la CPRST...*
146. **Contrat à durée indéterminée** : Au sens propre, un contrat à durée indéterminée ne se renouvelle pas de mois en mois. La fin du mois ne constitue pas l'échéance de ce type de contrat ; sa durée n'étant pas déterminée, il n'a justement pas d'échéance. Un contrat à durée indéterminée se poursuit plutôt de mois en mois (la période de facturation) jusqu'à ce que l'une des parties y mette fin.
147. Avec respect, nous soumettons que la définition gagnerait à être plus rigoureuse et à ne pas indiquer qu'il y a renouvellement là où il n'y en a pas. Nous proposons donc d'indiquer plutôt qu'il s'agit d'un contrat dont la période de facturation se poursuit de mois en mois.
148. **Entente de paiement (ajout)** : L'expression « entente de paiement » apparait à deux reprises dans la section débranchement du projet de Code sur les services Internet. On y prévoit également, à cette section, la possibilité pour le client d'éviter un débranchement en convenant avec le fournisseur de verser des paiements différés⁴⁸, ce qui constitue une entente de paiement, et plus loin, on mentionne « la disponibilité d'un programme de paiements différés ⁴⁹ ». Il nous paraît dès lors plus sage de prévoir au Code une définition de l'expression « entente de paiement » afin de s'assurer que tous auront la même compréhension de ce type d'entente.
149. **Équipement** : Nous craignons que la définition proposée n'exclue par mégarde certains équipements, du fait de l'utilisation des termes « nécessaires pour recevoir ». Un répéteur Wi-fi et même, en principe, un routeur, quoique très utiles, ne sont pas des dispositifs nécessaires à la réception du service Internet, contrairement au modem. Ils devraient pourtant assurément être couverts par les différentes règles du Code relatives à l'équipement fourni par le fournisseur dans le cadre d'un contrat. Nous proposons donc de parler de dispositifs nécessaires pour recevoir le service ou optimiser son utilisation.
150. **Modalités principales du contrat** : Avec respect, il nous semble que cette définition ne définit en rien ce que sont les modalités principales du contrat. Elle résume plutôt les règles entourant les modalités principales qui se trouvent, de manière plus détaillée, ailleurs dans le Code. L'exercice fait alors appel à une

⁴⁸ CRTC, Annexe 1 de l'Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422, section I(1)i)c).

⁴⁹ CRTC, Annexe 1 de l'Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422, section I(2)ii)c).

logique circulaire quelque peu frustrante : *Quels sont les éléments qu'un fournisseur ne peut modifier unilatéralement dans le cadre du contrat ? Les modalités principales. Et quelles sont ces modalités principales ? Il s'agit des éléments qu'un fournisseur ne peut modifier unilatéralement dans le cadre du contrat.* Nous proposons plutôt que la définition réfère directement aux sous-alinéas B(4)i)a) à d) qui énumèrent spécifiquement les modalités principales des contrats.

151. **Politique d'utilisation équitable (ou acceptable)** : Similairement à plusieurs points précédents, nous proposons que la définition se limite à cela et ne traite donc pas des dispositions de fond associées au concept défini. La mention des sanctions possibles d'un non-respect de l'objet qui est défini alourdit inutilement, à notre sens, la définition.
152. Si l'article B(4)i)e) est rédigé soigneusement et que les fournisseurs se conforment scrupuleusement à son texte et à son esprit, le consommateur sera bien mieux informé par cette voie que par un ajout à la section « définition » du Code.
153. **Services de données sans fil mobiles** : Outre à l'occasion de la présente définition, l'expression « services de données sans fil mobiles » n'apparaît qu'une seule fois au Code, et cette unique apparition se trouve elle aussi dans la section des définitions, soit dans celle de « services Internet ». Nous sommes d'avis que la présence de « services de données sans fil mobiles » au sein des définitions des termes employés dans le Code risque surtout de confondre les consommateurs. Nous proposons plutôt qu'il soit spécifié sommairement à la définition de « services Internet » ce que sont les services de données sans fil mobiles. Puisque la définition de « services de données sans fil mobiles » ne vise qu'à clarifier les services exclus de la définition des « services Internet », il nous semble en effet que le fait de traiter tous ces éléments dans la même définition tendrait à simplifier le tout.
154. **Services facultatifs et services supplémentaires** : Il nous apparaît que les définitions données aux services facultatifs et services supplémentaires n'aident pas vraiment à comprendre la distinction entre ces deux expressions, qui semblent toutes deux viser des services qui sont ajoutés au forfait *de base* du service Internet du client. Ainsi, un service supplémentaire de données selon qu'il est requis par le client de façon ponctuelle ou seulement pour le mois en cours, pourrait se retrouver sous l'une ou l'autre définition. Mais si cet ajout est ponctuel, doit-on considérer qu'il a été ajouté au forfait ?
155. Cette confusion apparente est plus étrange encore lorsque l'on constate que l'expression « services supplémentaires » que le Code prend la peine de tenter de définir n'apparaît nulle part dans les dispositions du Code. Pourquoi alors la définir ? En quoi une distinction entre ces deux termes est-elle nécessaire ?

156. **Services supplémentaires de données** : Nous proposons de parler de « bloc(s) de données » plutôt que de « forfait de données » (*data package*). Les éléments d'un forfait seront généralement de nature récurrente. Or, il est spécifiquement indiqué que l'ajout d'un service supplémentaire de données n'engage pas le client au-delà du cycle de facturation. Aussi, il est quelque peu mêlant de qualifier les services supplémentaires de données de forfaits qui peuvent être ajoutés aux forfaits sans modifier les forfaits, comme c'est le cas dans la définition proposée par le Conseil.
157. **Suspension (du service d'un client)** : Nous proposons des modifications à la définition qui tiennent compte des changements proposés à la section I du Code sur les débranchements.

Version originale	Modifications proposées
<p>Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision Inc. (CPRST)</p> <p>Une organisation indépendante qui travaille de concert avec les clients et les fournisseurs de services de télécommunication concernés pour résoudre les plaintes portant sur des services de télécommunication. La CPRST i) traite et résout les plaintes des clients pour veiller à ce qu'elles soient traitées d'une manière conforme au Code sur les services Internet ; ii) recueille des données au sujet des plaintes associées au Code sur les services Internet. Ces données sont publiées sur le site Web de la CPRST, à l'adresse www.ccts-cprst.ca.</p>	<p>Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision Inc. (CPRST)</p> <p>Une organisation indépendante qui travaille de concert avec les clients et les fournisseurs de services de télécommunication concernés pour résoudre les plaintes portant sur des services de télécommunication. La CPRST i) traite et résout les plaintes des clients pour veiller à ce qu'elles soient traitées d'une manière conforme <u>au Code sur les services Internet aux différents codes mis en place par le CRTC</u> ; ii) recueille des données au sujet des plaintes associées au Code sur les services Internet. Ces données sont publiées sur le site Web de la CPRST, à l'adresse www.ccts-cprst.ca.</p>

Version proposée

Une organisation indépendante qui travaille de concert avec les clients et les fournisseurs de services de télécommunication concernés pour résoudre les plaintes portant sur des services de télécommunication. La CPRST i) traite et résout les plaintes des clients pour veiller à ce qu'elles soient traitées d'une manière conforme aux différents codes mis en place par le CRTC ; ii) recueille des données au sujet des

plaintes associées au Code sur les services Internet.

Version proposée

Entente de paiement

L'entente de paiement est celle par laquelle un fournisseur et un consommateur dont la situation financière ne lui permet pas de respecter la date limite de paiement de sa facture conviennent d'étaler le paiement des arrérages, de diminuer les sommes dues, ou autres moyens de régler les sommes impayées.

Contrat à durée indéterminée

Un contrat sans durée prédéterminée qui se renouvelle automatiquement chaque mois.

Contrat à durée indéterminée

Un contrat sans durée prédéterminée qui ~~se renouvelle~~ dont la période de facturation se poursuit automatiquement chaque mois.

Version proposée

Un contrat sans durée prédéterminée dont la période de facturation se poursuit automatiquement chaque mois.

Équipement

Un dispositif ou une combinaison de dispositifs nécessaires pour recevoir un service fourni par un fournisseur de services, comme un modem ou un routeur.

Équipement

Un dispositif ou une combinaison de dispositifs nécessaires pour recevoir un service fourni par un fournisseur de services ou optimiser l'utilisation du service, comme un modem ou un routeur.

Version proposée

Un dispositif ou une combinaison de dispositifs nécessaires pour recevoir un service fourni par un fournisseur de services ou optimiser l'utilisation du service, comme un modem ou un routeur.

Modalités principales du contrat

Les éléments du contrat que le client a acceptés au moment de conclure le

Modalités principales du contrat

Les éléments du contrat ~~que le client a acceptés au moment de conclure le~~

contrat et qu'il recevra pour la durée du contrat et que le fournisseur de services ne peut modifier sans le consentement explicite du client.

~~contrat et qu'il recevra pour la durée du contrat et que le fournisseur de services ne peut modifier sans le consentement explicite du client~~ énumérés aux sous-alinéas B(4)i)a) à d).

Version proposée

Les éléments du contrat énumérés aux sous-alinéas B(4)i)a) à d).

Politique d'utilisation équitable (ou acceptable)

La politique qui définit l'utilisation inacceptable des services Internet du fournisseur de services et les conséquences d'une utilisation inacceptable (p. ex. l'utilisation de services pour se livrer à une activité criminelle). Toute violation d'une politique d'utilisation équitable ou acceptable peut entraîner i) le débranchement ou la suspension des services ou ii) la modification des services offerts au client.

Politique d'utilisation équitable (ou acceptable)

~~La politique qui définit l'utilisation inacceptable des services Internet du fournisseur de services et les conséquences d'une utilisation inacceptable (p. ex. l'utilisation de services pour se livrer à une activité criminelle). Toute violation d'une politique d'utilisation équitable ou acceptable peut entraîner i) le débranchement ou la suspension des services ou ii) la modification des services offerts au client.~~

Version proposée

La politique qui définit l'utilisation inacceptable des services Internet du fournisseur de services et les conséquences d'une utilisation inacceptable (p. ex. l'utilisation de services pour se livrer à une activité criminelle).

Services de données sans fil mobiles

Ces services comprennent, mais ne se limitent pas, aux forfaits de données pour les téléphones intelligents et les tablettes ainsi que les forfaits de services Internet mobiles utilisés avec des concentrateurs Internet, des clés Internet, des appareils MiFi ou des dispositifs similaires. Le Code sur les services sans fil s'applique aux contrats de services de données sans fil mobiles.

~~Services de données sans fil mobiles~~

~~Ces services comprennent, mais ne se limitent pas, aux forfaits de données pour les téléphones intelligents et les tablettes ainsi que les forfaits de services Internet mobiles utilisés avec des concentrateurs Internet, des clés Internet, des appareils MiFi ou des dispositifs similaires. Le Code sur les services sans fil s'applique aux contrats de services de données sans fil mobiles.~~

Services Internet

Des services d'accès Internet fixes de détail (comprennent tous les services d'accès Internet de détail qui ne sont pas des services de données sans fil mobiles).

Services Internet

Des Tous les services d'accès Internet fixes de détail (~~comprennent tous les services d'accès Internet de détail~~ qui ne sont pas des services de données sans fil mobiles), (excluant, donc, les forfaits de données pour les téléphones intelligents et les tablettes ainsi que les forfaits de services Internet mobiles utilisés avec des concentrateurs Internet, des clés Internet, des appareils MiFi ou des dispositifs similaires, couverts par le Code sur les services sans fil).

Version proposée

Tous les services d'accès Internet fixes de détail qui ne sont pas des services de données sans fil mobiles, (excluant, donc, les forfaits de données pour les téléphones intelligents et les tablettes ainsi que les forfaits de services Internet mobiles utilisés avec des concentrateurs Internet, des clés Internet, des appareils MiFi ou des dispositifs similaires, couverts par le Code sur les services sans fil).

Services supplémentaires de données

Un forfait de données qu'un client peut ajouter à son forfait au cours d'un cycle de facturation sans engagement au-delà de ce cycle et sans modifier le forfait en lui-même.

Services supplémentaires de données

Un forfait bloc ou des blocs de données qu'un client peut ~~ajouter à son forfait~~ acheter au cours d'un cycle de facturation sans engagement au-delà de ce cycle et sans modifier le forfait en lui-même.

Version proposée

Un bloc ou des blocs de données qu'un client peut acheter au cours d'un cycle de facturation sans engagement au-delà de ce cycle et sans modifier le forfait lui-même.

Suspension (du service d'un client)

L'arrêt temporaire du service Internet. Cet arrêt peut être causé par un défaut de paiement ou l'atteinte d'une limite de dépenses préautorisée ou d'une limite d'utilisation. Le compte et le contrat du

Suspension (du service d'un client)

L'arrêt temporaire du service Internet et de sa facturation sans fermeture du compte ou résiliation du contrat. ~~Cet arrêt peut être causé par un défaut de paiement ou l'atteinte d'une limite de~~

client demeurent ouverts pendant la suspension du service.

~~dépenses préautorisée ou d'une limite d'utilisation. Le compte et le contrat du client demeurent ouverts pendant la suspension du service.~~

Version proposée

L'arrêt temporaire du service Internet et de sa facturation sans fermeture du compte ou résiliation du contrat.

MODALITÉS D'APPLICATION ET D'ADMINISTRATION DU CODE SUR LES SERVICES INTERNET

FOURNISSEURS VISÉS PAR LE CODE

158. Dans l'appel aux observations pour la présente consultation, le Conseil propose que l'application initiale du Code sur les services Internet soit limitée aux grands FSI dotés d'installations⁵⁰, « afin de créer un équilibre approprié entre la résolution des préoccupations des consommateurs et la non-imposition d'un lourd fardeau réglementaire aux plus petits revendeurs ou entreprises⁵¹ ».
159. Nous sommes d'avis qu'il s'agit d'une manière bien maladroite de favoriser la concurrence et d'aider les fournisseurs indépendants à percer le marché difficile des services d'accès Internet. Créer deux classes de consommateurs de services Internet – dont l'une, soit la clientèle des opérateurs les plus puissants, serait davantage protégée que l'autre – n'est assurément pas la manière de procéder. Il serait regrettable que l'approche que préconise le Conseil confère un avantage concurrentiel supplémentaire aux grands fournisseurs, qui pourraient assurer publiquement que, contrairement à leurs concurrents indépendants, ils ont l'obligation d'appliquer de meilleures mesures de protection en faveur de leur clientèle.
160. Pour expliquer cette proposition, le Conseil réfère à l'approche adoptée pour la participation des fournisseurs à la CPRST, à savoir l'adhésion obligatoire initiale des

⁵⁰ Soit Bell Canada (y compris Bell MTS Inc.; NorthernTel, Limited Partnership; et Télébec, Société en commandite); Bragg Communications Incorporated, faisant affaire sous le nom d'Eastlink; Cogeco Connexion inc.; Norouestel Inc. (Norouestel); Rogers Communications Canada Inc.; Saskatchewan Telecommunications; Shaw Telecom Inc.; TELUS Communications Inc.; Vidéotron ltée; et Xplornet Communications Inc.

⁵¹ CRTC, Avis de consultation de télécom CRTC 2018-422, para 3(c).

grands fournisseurs seulement⁵². Le contexte était toutefois bien différent – le problème étant lié aux contributions financières des petits fournisseurs à la CPRST. Il avait été jugé déraisonnable d'exiger des fournisseurs indépendants qu'ils assument les coûts du traitement des plaintes des consommateurs mettant en cause les fournisseurs principaux dans la presque totalité des cas⁵³ et puisque, de l'avis du Conseil, « la responsabilité envers le plaignant revient au FST qui entretient la relation directe avec le client⁵⁴ ».

161. Or, justement, les mesures élaborées dans le Code sur les services Internet s'appliquent spécifiquement à la relation entre le fournisseur, peu importe sa part de marché, et ses clients respectifs.
162. UC rejette également l'idée que les clients des grands fournisseurs dotés d'installation soient les seuls aux prises avec des problèmes et donc, pour qui un code et un recours connexe à la CPRST seraient nécessaires. Les statistiques de l'organisme offrent un portrait beaucoup plus mitigé⁵⁵. Alors que la CPRST, en 2016-2017, a accepté 119 plaintes concernant Cogeco, elle en a accepté 141 relatives à Primus. Alors qu'elle a accepté 62 plaintes contre Eastlink, elle en a accepté 64 contre ACN Canada, 55 contre Teksavvy et 41 contre Acanac Inc. Aussi, même si, selon les rapports de la CPRST, certaines compagnies cumulent un nombre de plaintes bien inférieur à celui qu'accumulent certains fournisseurs titulaires, ce n'est pas nécessairement signe que les clients de ces fournisseurs ne rencontrent aucun problème et que ces fournisseurs peuvent être exemptés des réglementations du Conseil qui visent la protection du consommateur.
163. Précisions également que l'approche sur laquelle le Conseil propose de s'appuyer n'est pas celle qu'il a retenue pour la mise en vigueur du Code sur les services sans fil et de celui sur les services de télédistribution. Pourquoi alors limiter l'application du Code sur les services Internet à certains fournisseurs seulement ? Encore une fois, UC ne comprend tout simplement pas la volonté du Conseil de procéder ainsi.
164. UC se questionne également sur la conformité de l'approche proposée par le Conseil à la lumière du décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication. Comment l'application du Code sur les services Internet aux seuls grands fournisseurs dotés d'installation respecte-t-elle l'obligation du Conseil lorsqu'il a recours à la réglementation, de veiller à ce que les mesures de nature non économique soient

⁵² CRTC, Décision de télécom 2007-130.

⁵³ CRTC, Décision de télécom 2007-130, voir par ex le para 19 « Les petits FST et Primus craignent la manière dont l'Agence serait financée si l'adhésion était obligatoire. Primus a fait valoir qu'elle ne devrait pas avoir à assumer tous les coûts liés au règlement des plaintes mettant en cause un fournisseur de services sous-jacent. ».

⁵⁴ CRTC, Décision de télécom 2007-130, para 30.

⁵⁵ CPRST, Rapport annuel 2016-2017.

« mises en œuvre, dans toute la mesure du possible, de manière symétrique et neutre sur le plan de la concurrence⁵⁶ » ?

CONCLUSION

165. En conclusion, UC rappelle sa déception générale face aux mesures proposées et à la portée trop restreinte du Code.
166. La vision terriblement étroite de la protection des consommateurs – qui se limite essentiellement à leur fournir des renseignements – qu’adopte le Conseil n’est malheureusement pas susceptible de permettre à ce dernier d’atteindre plusieurs des objectifs de la *Politique canadienne de télécommunication*. S’il est vrai que les consommateurs doivent être clairement informés des conditions de leur service, il importe aussi d’assurer que ces conditions soient justes et équitables, ce qui, à la lumière du marché actuel, nécessite clairement une intervention du Conseil. UC ne peut que déplorer l’exclusion d’office de plusieurs sujets importants, qui auraient permis au Code de produire des effets bien plus importants pour les consommateurs et d’assainir quelque peu le marché des services d’accès Internet.
167. UC trouve également regrettable que le Conseil n’ait pas profité de la présente consultation afin de traiter de l’unification des différents codes existants. La dissémination des mesures de protection des consommateurs de services de communication dans quatre codes distincts n’est assurément pas efficace et ne fait que complexifier l’accès à ces dispositions. Alors que le Conseil affirme que le présent Code a pour but d’aider le consommateur à être mieux informé de ses droits et obligations, la multiplicité des codes existants nous semble un frein important à une prise de connaissance complète. Des efforts sont faits pour que le consommateur ait accès aux renseignements en provenance des fournisseurs, mais le CRTC néglige l’importance de l’accès aux instruments qui garantissent et balisent les obligations imposées aux fournisseurs.
168. UC souhaite également rappeler que les présentes observations sont malheureusement incomplètes en raison du temps insuffisant alloué par le Conseil pour leur production. La soudaine urgence du Conseil à procéder dans le dossier - malgré l’incapacité annoncée de plusieurs intervenants d’y participer - nous laisse perplexe. En tant que tribunal administratif, le Conseil aurait dû selon nous prendre tous les moyens à sa disposition pour garantir la représentation de l’intérêt public, afin d’assurer un certain équilibre face aux représentations de l’industrie.

⁵⁶ Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication, DORS/2006-355, Instruction 1(b)iii) <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2006-355/page-1.html>

169. Quoi qu'il en soit, considérant le refus du CRTC de prolonger la période de dépôt des observations et afin d'être cohérent, UC s'attend à ce que les mesures de protection du consommateur en matière d'accès Internet qui devraient être élaborées dans le cadre de la présente instance fassent l'objet d'une date d'entrée en vigueur très rapide.

Fin de document