

Instance relative à la fourniture de factures papier par les fournisseurs de services de communication

Avis de consultation de radiodiffusion et de télécom CRTC 2020-81

Observations initiales



2 juillet 2020

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

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** — 2020 *Reproduction autorisée, à condition que la source soit mentionnée. Toute reproduction ou utilisation à des fins commerciales est strictement interdite.*

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE EXÉCUTIF	3
OBSERVATIONS.....	4
L'importance d'assurer l'accès de tous aux services de communication sans barrière liée aux factures.....	4
L'importance d'assurer un accès facile aux factures des fournisseurs.....	6
Le format papier est essentiel aux consommateurs qui n'ont pas accès aisé à internet.....	6
Le format papier est essentiel aux consommateurs qui ne sont pas à l'aise avec internet ou avec les appareils de connexion.....	7
Le format papier assure une meilleure compréhension	8
Le format papier peut aider des consommateurs à identifier les erreurs de facturation.....	10
Le format papier répond à plusieurs préoccupations des consommateurs canadiens.....	10
Le libre marché ne répond pas aux besoins des consommateurs en ce qui concerne le format des factures	11
Le choix des consommateurs de payer en ligne ne reflète pas nécessairement leur préférence en ce qui concerne la réception d'une facture	14
CONCLUSION	15

SOMMAIRE EXÉCUTIF

1. Union des consommateurs a pris connaissance de l'avis de consultation 2020-81 relatif à la fourniture de factures papier par les fournisseurs de services de communication et souhaite formuler certains commentaires.
2. Notre intervention se résume ainsi :
 - a. UC est en faveur de l'imposition d'une condition de service obligeant tous les fournisseurs de services de communication postpayés à fournir des factures papier à leurs abonnés qui en font la demande.
 - b. Une telle condition de service serait conforme à la Politique canadienne de télécommunication et au Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication pour promouvoir la concurrence, l'abordabilité, les intérêts des consommateurs et l'innovation.
 - c. Il existe une variété de raisons pour lesquelles un consommateur a besoin de recevoir une facture papier de la part de son fournisseur de services de communication :

- i. De nombreux ménages canadiens, particulièrement ceux à faible revenu, n'ont pas accès à Internet à la maison ou n'ont pas d'ordinateur ou de téléphone intelligent qui permettent de s'y connecter.
 - ii. De nombreux consommateurs, notamment les consommateurs plus âgés, ne sont pas à l'aise avec l'utilisation d'Internet ou la gestion de leurs comptes en ligne.
 - iii. La facture en format papier présente plusieurs avantages importants par rapport à la facture numérique, notamment en ce qu'elle peut faciliter la compréhension du document et la gestion des finances personnelles des ménages.
- d. Il existe une déficience claire du marché, en ce qu'un consommateur qui souhaite recevoir une facture papier perd aujourd'hui accès à une part considérable du marché et tout particulièrement aux fournisseurs de services sans fil les plus abordables au pays.

OBSERVATIONS

L'importance d'assurer l'accès de tous aux services de communication sans barrière liée aux factures

3. Rappelons d'entrée de jeu que les services de téléphonie et d'accès à Internet ont été reconnus comme des services de base par le CRTC et font l'objet d'un objectif de service universel¹.
4. Afin d'atteindre cet objectif, le CRTC doit veiller à ce qu'il n'y ait pas de barrières à l'accès aux services sur le marché. UC soumet que l'offre de factures numériques uniquement par certains fournisseurs peut représenter une barrière à l'accès, en ce qu'elle pourrait ultimement inciter certains consommateurs, pour qui une facture papier est essentielle, à renoncer à s'abonner ou à maintenir un abonnement de crainte de ne pas pouvoir accéder aisément à leurs factures de service en ligne en vue de les payer par la suite.
5. Il existe une variété de raisons pour lesquelles un consommateur ne serait pas en mesure d'accéder à une facture électronique, telles que l'absence d'Internet à la maison ou le manque d'aisance avec les plateformes Web. Nous en aborderons plusieurs plus en détail dans les présentes observations. Si aucune de ces situations ne peut sembler déterminante en soi, leur cumul devrait permettre au CRTC de conclure à la nécessité d'imposer une condition de service obligeant les fournisseurs à remettre des factures papier sur demande.

¹ CRTC. Politique réglementaire de télécom CRTC 2016-496.

6. Aussi, nous sommes d'avis qu'il n'est pas possible ni souhaitable de distinguer une ou des catégories spécifiques de consommateurs à qui le CRTC devrait octroyer un « droit à la facture papier ». Les situations sont trop nombreuses et variées. Si l'on devait créer ces catégories, elles seraient artificielles et ne représenteraient pas adéquatement les besoins de chaque consommateur. Tous ceux qui en sentent le besoin devraient pouvoir obtenir de leur fournisseur une version papier de leur facture sans avoir à se justifier auprès d'eux.
7. L'imposition d'une condition de service à tous les fournisseurs en ce qui a trait aux factures papier permettrait ainsi l'atteinte des objectifs suivants de la Politique canadienne de télécommunication :

Permettre l'accès aux Canadiens dans toutes les régions — rurales ou urbaines — du Canada à des services de télécommunication sûrs, abordables et de qualité².

Satisfaire les exigences économiques et sociales des usagers des services de télécommunication³.

(nous soulignons)

8. UC soumet que l'analyse du CRTC dans sa décision 2020-80 (décision *Koodo*)⁴ ne devrait pas être retenue en l'espèce puisqu'il doit dorénavant adopter une vision plus large dans ses interventions règlementaires et abandonner l'approche basée strictement sur le libre jeu du marché que lui imposait précédemment le *Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication* (C.P. 2006-1534).
9. L'imposition d'une condition de service relative à l'offre de factures papier apparaît donc également conforme au Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication pour promouvoir la concurrence, l'abordabilité, les intérêts des consommateurs et l'innovation, en ce qu'elle contribuerait notamment :
 - Au renforcement et à la protection des droits des consommateurs dans leurs relations avec les fournisseurs de services de télécommunication⁵.
 - À l'accès abordable aux services de télécommunication de haute qualité dans toutes les régions du Canada⁶.

² Loi sur les télécommunications, L.C. 1993, ch. 38, art 7(b).

³ Loi sur les télécommunications, L.C. 1993, ch. 38, art 7(h).

⁴ CRTC. Décision de télécom CRTC 2020-80, paras 52 et ss.

⁵ Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication pour promouvoir la concurrence, l'abordabilité, les intérêts des consommateurs et l'innovation, art 1(a)iv).

⁶ Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication pour promouvoir la concurrence, l'abordabilité, les intérêts des consommateurs et l'innovation, art 1(a)iii).

L'importance d'assurer un accès facile aux factures des fournisseurs

10. Le CRTC a préalablement accordé une importance capitale à ce que tous les consommateurs canadiens soient en mesure de prendre connaissance facilement des documents contractuels de leurs fournisseurs. Dans sa politique réglementaire 2013-271, il indique que les contrats devraient être simples à lire et à comprendre afin que les consommateurs soient en mesure de s'informer de leurs droits et de leurs obligations et afin qu'ils fassent des choix éclairés en vue de protéger leurs intérêts économiques⁷.
11. Nous sommes d'avis que le même raisonnement doit s'appliquer aux factures provenant des fournisseurs. Tout comme le contrat, celles-ci sont des documents d'une grande importance dans la relation entre les fournisseurs et leurs abonnés et elles exigent elles aussi une bonne compréhension par les abonnés. Ce faisant, les factures devraient être faciles à lire et à comprendre pour le consommateur et ce dernier devrait pouvoir y accéder aisément, ce qui implique notamment qu'il puisse y accéder dans un format qui lui convient.

Le format papier est essentiel aux consommateurs qui n'ont pas un accès aisé à Internet

12. Certains consommateurs ont besoin de recevoir une copie papier de leur facture parce qu'ils n'ont tout simplement pas accès à Internet dans leur quotidien. Selon le plus récent rapport de surveillance du CRTC, ce sont 11% des ménages canadiens qui ne sont pas abonnés à Internet. Ce chiffre grimpe toutefois à 31% chez les ménages du premier quintile de revenus et à 26% chez les ménages du second quintile de revenus⁸. Au Québec, plus du quart des consommateurs âgés de 65 ans et plus s'identifient comme des « non-internautes »⁹.
13. Que feront ces consommateurs s'ils sont abonnés auprès de Fizz, Fido ou Koodo ou qu'ils désireraient le faire ? Ces trois fournisseurs de services de téléphonie sans fil ont affirmé au CRTC¹⁰ qu'ils n'offraient plus la facture papier, même à leurs abonnés qui ne seraient pas abonnés à Internet auprès d'un autre fournisseur de service.
14. Il est exact qu'un consommateur pourrait théoriquement utiliser un wifi public, à la bibliothèque municipale, dans un café ou sur son lieu de travail, le cas échéant. Or, est-il raisonnable d'exiger d'un abonné qu'il fasse de telles démarches afin de pouvoir simplement recevoir et visualiser sa facture de services de communication ?

⁷ CRTC. Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271, para 45.

⁸⁸ CRTC. Rapport de surveillance des communications, 2019, p.30, en ligne : <https://crtc.gc.ca/pubs/cmr2019-fr.pdf>

⁹ CEFRIO. Les aînés connectés au Québec, NETendances 2019, vol 10, no 1, p.10, en ligne : https://cefrio.gc.ca/media/2207/netendances-2019_a%C3%AEn%C3%A9s_vf.pdf

¹⁰ Réponses des fournisseurs aux demandes de renseignements déposées au CRTC le 1^{er} juin 2020, avis de consultation de radiodiffusion et de télécom CRTC 2020-81-1.

Il s'agit pourtant de services dont l'utilisation est dorénavant jugée fondamentale au quotidien et au bien-être de la grande majorité des consommateurs !

15. À cela, certains répondront qu'un ménage qui n'est pas abonné à un service d'accès Internet pourrait tout de même recevoir et visualiser sa facture électronique à partir d'un téléphone ou d'une tablette dans le cadre d'un abonnement à des données mobiles. Or, 10% des ménages canadiens ne sont tout simplement pas abonnés à un service de téléphonie sans fil et près de 15% des forfaits auxquels les gens sont effectivement abonnés ne comprennent pas de données mobiles¹¹. Les données ne sont pas disponibles publiquement, mais il est vraisemblable et fort probable qu'encore une fois ces pourcentages soient nettement plus élevés chez les ménages moins nantis.
16. Plusieurs fournisseurs font valoir que l'accès à leur plateforme ou site Web en vue de visualiser ou payer une facture est exempt du calcul des données mobiles utilisées. Cet argument tient pour acquis que tous possèdent un téléphone intelligent ou une tablette (ou qu'ils sont à l'aise avec l'utilisation des données mobiles), ce qui est loin d'être le cas. Plus d'un quart des Québécois ne possède pas de téléphone intelligent selon les résultats d'une étude du CEFRIO¹².

Le format papier est essentiel aux consommateurs qui ne sont pas à l'aise avec Internet ou avec les appareils de connexion

17. Même chez ceux qui pourraient théoriquement accéder à leur facture électronique au moyen d'une connexion Internet à domicile, plusieurs n'ont pas les connaissances requises ou les outils nécessaires pour le faire.
18. 16% des ménages canadiens n'ont pas d'ordinateur à la maison. Ce chiffre grimpe à 35% chez les ménages du premier quintile de revenus et à 21% chez les ménages du deuxième quintile¹³.
19. Plus encore, tous ne sont pas à l'aise d'utiliser Internet et encore moins de gérer leurs finances en ligne, ce qui comprend la consultation et le suivi des factures électroniques. Près de 40% des consommateurs canadiens âgés de 65 ans et plus n'utilisent pas des services bancaires en ligne selon les données les plus récentes de statistiques Canada¹⁴.

¹¹ CRTC. Rapport de surveillance des communications, 2019, p.316.

¹² Au Québec, le téléphone intelligent est le moyen le plus populaire d'accéder au web, La Presse canadienne, Radio-Canada, 29 janvier 2020, en ligne : <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1496403/cefrio-statistiques-quebec-2019-acces-internet-web-navigation-telephone-cellulaire-ordinateur-tablette-chiffres>

¹³ CRTC. Rapport de surveillance des communications, 2019, p.55.

¹⁴ STATISTIQUES CANADA. Tableau 22-10-0084-01, activités effectuées en ligne, selon le groupe d'âge, le genre et le plus haut certificat, diplôme ou grade obtenu, données de 2018, en ligne : <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=2210008401>

20. Et l'accès aux factures des fournisseurs requiert plus qu'une connexion Internet et un appareil de connexion ; il présente un lot de barrières qui se dressent devant les utilisateurs qui ne sont pas à l'aise avec Internet. Un consommateur doit posséder ou se créer une adresse courriel. Il doit mémoriser un nom d'utilisateur et un mot de passe pour accéder à son compte. Et il doit être suffisamment à l'aise avec la navigation sur Internet afin d'accéder et de parcourir son compte en ligne sur le site Web du fournisseur. Si ces étapes peuvent sembler simples pour la majorité des consommateurs en 2020, elles représentent encore un défi de taille pour une part non négligeable de Canadiens, notamment chez les usagers les plus vulnérables, pour lesquels le maintien de l'accès aux services de communication est d'autant plus important.
21. Selon les données de Statistiques Canada, plus de 10% des personnes de plus de 65 ans ainsi que de celles qui détiennent au plus un diplôme d'étude secondaire n'envoient et ne reçoivent aucun courriel¹⁵. Moins du tiers des consommateurs de 65 ans et plus téléchargent des fichiers à partir d'Internet vers leurs ordinateurs et ils sont à peine plus nombreux à être en mesure de déplacer des fichiers ou des dossiers sur leur ordinateur¹⁶. Il est primordial que le CRTC garde à l'esprit les difficultés et l'incapacité de nombreux Canadiens à utiliser les ordinateurs et Internet encore aujourd'hui.

Le format papier assure une meilleure compréhension

22. Il importe que le CRTC ne perde pas non plus de vue les nombreux avantages de la facture papier, notamment en ce qui concerne la lecture et la compréhension du document.
23. Les résultats d'un sondage mené par Consumer Action à l'automne 2018 auprès de 2600 consommateurs américains sont à l'effet que l'absence de facture papier nuit considérablement à la capacité de plusieurs consommateurs d'examiner leur facture. 78% des répondants qui recevaient des factures papier en examinaient le contenu contre seulement 43% qui le faisaient lorsque les factures étaient reçues électroniquement (un autre 28% le faisaient à l'occasion seulement)¹⁷.

¹⁵ STATISTIQUE CANADA. Tableau 22-10-0084-01, activités effectuées en ligne, selon le groupe d'âge, le genre et le plus haut certificat, diplôme ou grade obtenu, en ligne :

<https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=2210008401>

¹⁶ STATISTIQUE CANADA. Tableau 22-10-0112-01, activités liées aux compétences numériques, selon le groupe d'âge et le plus haut certificat, diplôme ou grade obtenu, en ligne :

<https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=2210011201>

¹⁷ HOWARD, A. Consumer Action survey : Given the choice, consumers prefer a paper trail, CONSUMER ACTION NEWS, Paper or digital?, hiver 2018-2019, en ligne :

<https://www.consumer-action.org/news/articles/paper-or-digital-winter-2018-2019> ; CONSUMER ACTION. Online survey findings, en ligne : https://www.consumer-action.org/downloads/Consumer_Action_Paper_v_electronic_survey.pdf

24. Le fait que les factures papier soient davantage lues que leur pendant numérique s'explique possiblement par les difficultés de compréhension associées au format numérique. En effet, plusieurs études démontrent que la lecture d'un document sous sa forme papier permet une meilleure compréhension du document que sa lecture en format numérique¹⁸. Des chercheurs réfèrent à ce phénomène sous le nom de « screen inferiority ».
25. Contrairement à ce qu'on pourrait croire, ce phénomène n'affecte pas seulement les consommateurs plus âgés ou peu à l'aise avec Internet et, loin de s'effacer avec le temps, prend de l'ampleur :

[...] our results indicate that the screen inferiority effect has increased in the past 18 years, and that there were no differences in media effects between age groups. These surprising findings suggest that we cannot idly wait for screen inferiority to disappear as children are exposed to digital devices earlier and earlier in their lives, as adults gain more experience with the technology, or as technology improves. The data suggest that screen inferiority is a major challenge across age groups that becomes more severe as the presence of technology increases¹⁹.

26. S'assurer que tous les consommateurs soient en mesure de comprendre leur facture de services de communication est primordial, et ce, d'autant plus si l'on considère le niveau non négligeable d'analphabétisme fonctionnel au pays. Par exemple, 19% des résidents du Québec ont un niveau de littératie de -1 à 1 (analphabétisme) et 34% se situent au niveau 2 seulement (grandes difficultés de lecture)²⁰.

¹⁸ DELGADO, P. et al. Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension, *Educational Research Review*, volume 25, novembre 2018, en ligne : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1747938X18300101#bib68> ; KONG, Y et al. Comparison of reading performance on screen and on paper: A meta-analysis, *Computers & Education*, volume 123, août 2018, en ligne : <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0360131518301052?via%3Dihub> ; MANGEN, A. et al. Reading linear texts on paper versus computer screen: Effects on reading comprehension, *International Journal of Educational Research*, 58:61-68, décembre 2013, en ligne : https://www.researchgate.net/publication/256563189_Reading_linear_texts_on_paper_versus_computer_screen_Effects_on_reading_comprehension ; LOISEL, M. Lire sur du papier pour mieux comprendre, *Le Devoir*, 16 août 2014, en ligne : <https://www.ledevoir.com/culture/416089/lire-sur-du-papier-pour-mieux-comprendre>

¹⁹ DELGADO, P. et al. Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension, *Educational Research Review*, volume 25, novembre 2018, section 4.1.

²⁰ FONDATION POUR L'ALPHABÉTISATION. Alphabétisme au Québec, en ligne : <https://www.fondationalphabetisation.org/analphabetisme-les-causes/fausses-croyances/>

Le format papier peut aider des consommateurs à identifier les erreurs de facturation

27. L'accès utile aux documents, c'est-à-dire dans le format qui convient aux consommateurs et qui leur permet de plus facilement les consulter et les comprendre, est d'autant plus important que les fournisseurs de services font régulièrement des erreurs de facturation, selon les données récentes de la CPRST.
28. Ajouter une nouvelle barrière à la lecture des factures des fournisseurs par l'envoi exclusif (ou la simple mise à disposition) de factures électroniques ne fera qu'empirer le sentiment d'impuissance des consommateurs face à leurs fournisseurs de service. Et les consommateurs n'ont bien entendu de recours utiles – incluant devant la CPRST – que s'ils sont en mesure d'identifier les problèmes qu'ils rencontrent avec leurs fournisseurs.
29. 20 000 problèmes relatifs à la facturation ont été rapportés à la CPRST au cours de l'année 2018-2019, soit 43% de l'ensemble des problèmes signalés par les consommateurs canadiens²¹. Crédits non appliqués, frais incorrects, frais exigés malgré une annulation de service, augmentation-surprise, etc. : les erreurs de facturation sont multiples et ne peuvent être détectées par les consommateurs que s'ils sont en mesure de prendre connaissance desdites factures, de les examiner attentivement et de bien les comprendre !

Le format papier répond à plusieurs préoccupations des consommateurs canadiens

30. En plus d'être essentielle à certains consommateurs et de favoriser la compréhension des documents, la réception de factures papier peut aider à réduire les préoccupations de certains, notamment en ce qui concerne la gestion de leurs finances personnelles et la protection de leur vie privée en ligne.
31. Ainsi, certains consommateurs ne sont pas à l'aise avec la réception de factures électroniques par crainte qu'elle mette leurs renseignements personnels à risque. Lors d'une formation sur la fraude donnée à des groupes membres d'Union des consommateurs, une représentante de la GRC affirmait par exemple que les communications postales demeuraient encore à ce jour plus sécuritaires que les communications électroniques. Un consommateur préoccupé par les risques de fraude et de vol de renseignements personnels, notamment suite aux multiples fuites de données récentes au pays, devrait pouvoir s'attendre à ce que son fournisseur lui transmette gratuitement une copie de sa facture par un autre moyen, plus sécuritaire, qu'Internet. Il ne devrait pas avoir à faire un choix entre un accès aux télécommunications et ses préoccupations relatives à une protection maximale de sa vie privée.

²¹ CPRST. Rapport annuel 2018-2019, figures 5.2 et 7.6.

32. La réception de factures papier est également très utile à certains ménages dans le cadre de la gestion de leurs comptes. Consumer Action notait plusieurs raisons avancées par les répondants de son sondage à ce sujet²² :

- Rappel visuel des paiements à venir ;
- Organisation et archivage facile des factures ;
- Reconstitution du dossier financier d'un proche (ex : parent malade) ou d'un usager qui fait affaire avec un service d'aide en matière de budget ou de consommation.

Le libre marché ne répond pas aux besoins des consommateurs en ce qui concerne le format des factures

33. Dans sa décision 2020-80, le CRTC affirmait ceci :

Le Conseil est d'accord avec le CORC pour dire que l'envoi de factures papier peut servir d'incitatif concurrentiel, et que le refus d'un fournisseur de services de communication de répondre à une telle demande peut être l'occasion pour un autre fournisseur de gagner un client²³.

34. D'entrée de jeu, nous sommes en désaccord avec l'idée de base voulant que l'envoi d'une facture papier soit réellement un argument concurrentiel mis de l'avant par les fournisseurs. Cela ne reflète nullement l'état actuel du marché et les pratiques commerciales des fournisseurs.

35. À titre d'exemple, Bell affirme dans ses réponses aux demandes de renseignements du CRTC que « if a customer requests a paper bill, they are provided with one. There are no restrictions on the availability of paper bills, regardless of customer segment²⁴ ». L'envoi d'une facture papier pourrait dès lors être utilisé comme un argument de vente chez Bell, considérant que ses concurrents immédiats, Telus et Rogers, ont des politiques plus restrictives en la matière. Or, ce n'est pas ce que nous avons constaté en visitant le site Web du fournisseur. Bien au contraire.

36. Une offre promotionnelle mise de l'avant par le fournisseur comprend plutôt la note suivante au bas de la page Web la décrivant :

²² HOWARD, A. Consumer Action survey : Given the choice, consumers prefer a paper trail, CONSUMER ACTION NEWS, Paper or digital?, hiver 2018-2019, en ligne : <https://www.consumer-action.org/news/articles/paper-or-digital-winter-2018-2019>

²³ CRTC. Décision de télécom CRTC 2020-80, para 55.

²⁴ BELL. Response to Request, 1er juin 2020, doc Bell Canada(CRTC)3Mar20-2 BTNC 2020-81, p.1.

Offert aux nouveaux clients résidentiels du Québec, là où l'accès/technologie le permettent. Modifiable sans préavis ; ne peut être combiné avec d'autres offres. Taxes en sus et d'autres conditions s'appliquent. Le client doit choisir la facturation électronique²⁵.

(nous soulignons)

37. Pour clarifier la situation, nous contactons donc un représentant aux ventes de Bell au moyen de l'outil de clavardage disponible sur le site Web du fournisseur. La réponse de la représentante quant à la possibilité de recevoir une facture papier ?

Vous : j'ai regardé un peu les conditions de l'offre et ça indique "le client doit choisir la facturation électronique". est-ce obligatoire ?

Chantal : pour la facturation électronique est obligatoire pour tout service internet cher cliente

38. À notre insistance, on nous indique qu'après l'installation des services, nous pourrions faire une demande au « département à la clientèle » afin d'obtenir une facture papier pour la suite. Il est difficile de voir dans cet échange une quelconque tentative d'attirer des clients préférant la facture papier à la facture électronique.

39. Une seconde expérience avec le service de clavardage du fournisseur n'offre pas de bien meilleurs résultats ! Impossible pour le représentant de Bell de nous confirmer avant d'avoir procédé à l'abonnement s'il sera possible de recevoir une facture papier ...

Vous : oui. et donc, ça dit que je dois prendre absolument la facture électronique avec cette offre là. est-ce exact ?

Siham : je ne sais pas exactement, je le saurai à la validation de la commande comme je vous ai mentionné au début

Vous : je ne veux pas m'abonner sans savoir si je pourrai recevoir une facture papier.

Siham : je suis navrée je ne peux pas vous confirmer maintenant, je dois arriver à l'étape pour mentionner vos coordonnées et là je pourrai savoir est ce que je pourrai changer la facture électronique au papier

40. En ce qui concerne l'état de la concurrence au pays, nous sommes d'avis qu'une autre conclusion du CRTC dans la décision 2020-80 doit être révisée. On y mentionne que, puisque d'autres fournisseurs offrent encore l'envoi d'une facture papier et que Koodo possède de très faibles parts de marché, il existe des options concurrentielles sur le marché qui sont suffisantes²⁶. La situation actuelle est très différente de celle de 2018, sur laquelle est basé ce constat du CRTC. Un consommateur qui souhaite recevoir une facture papier perd aujourd'hui l'accès à une part considérable du marché et tout particulièrement aux fournisseurs de services sans fil les plus abordables au pays.

²⁵ BELL, en ligne : https://www.bell.ca/Forfaits-Bell/Internet-Tele/Promotions#INT=BUN_hmpg_BAN_Quebecduo_Acq_052220_lp

²⁶ CRTC. Décision de télécom CRTC 2020-80, para 55.

41. À la lumière des réponses des fournisseurs aux demandes de renseignements du CRTC, nous constatons que les marques complémentaires – et moins chères – des fournisseurs de services sans fil (Fido²⁷, Fizz²⁸, Koodo²⁹, Virgin³⁰), sans exception, n'offrent plus de factures papier à leurs abonnés ou n'offrent pas de factures papier aux consommateurs qui se sont abonnés après une date butoir.
42. Selon les données de 2018 publiées par le CRTC dans son rapport de surveillance des communications au pays, les trois marques complémentaires du Big 3 accaparent 21,4% du marché des services mobiles de détail au pays³¹. Et, contrairement à celles des autres fournisseurs canadiens, leurs parts de marché sont en hausse année après année³². Il s'agit donc de joueurs aujourd'hui incontournables sur le marché des services sans fil auxquels n'auront plus accès une variété de consommateurs qui ont besoin d'une facture papier ou qui préfèrent cette option.
43. Le problème n'est pas uniquement qu'un consommateur qui désirerait recevoir une facture papier aura alors accès à un choix plus restreint de fournisseurs. Il perdra par le fait même l'accès à des services sans fil plus abordables. L'étude d'Industrie Canada réalisée en 2019 démontre qu'il existe un écart allant jusqu'à 25% entre les prix des services (similaires) offerts par une marque dérivée et ceux des entreprises titulaires au Québec, selon le type de forfaits³³.
44. Les marques dérivées font régulièrement valoir que leurs clients recherchent justement cette expérience en ligne, et donc, qu'il n'est pas nécessaire ou même souhaitable pour eux de fournir des factures papier³⁴. À cela, UC répondra que les consommateurs canadiens recherchent avant tout un bon prix et un service de téléphonie, d'Internet ou de télévision fiable et de qualité. L'«expérience»

²⁷ « Online billing is mandatory for all customers except for customers with disabilities » : Response to Further Request for Information, 1er juin 2020, doc Rogers(CRTC)2Mar2020-1, p.3.

²⁸ « Fizz fonctionne avec un portail client numérique » : QUÉBECOR MÉDIA. Réponse à une demande de renseignements, 1er juin 2020, doc Québecor Média(CRTC)1juin2020-1 ACRT 2020-81, p.1.

²⁹ « Koodo does not offer paper bills to customers who began service with Koodo after 2015 » : TELUS. Response to Request for Information Provision of paper bills by communications service providers, 1er juin 2020, doc TELUS(CRTC)3Mar20-2, p.3.

³⁰ Les réponses de Bell ne mentionnent pas sa marque Virgin Mobile, mais le site Web de Virgin Mobile indique ceci : «In an effort to reduce paper billing waste and reduce costs, as of July 2019, we will be begin switching Members to paperless billing, aka eBill. If you currently receive a paper bill, you'll need to take action» : VIRGIN MOBILE. E-Bill, en ligne : <https://www.virginmobile.ca/en/support/faq.html?q=e-bill&province=QC&geoResult=QC>

³¹ CRTC. Rapport de surveillance des communications, 2019, Infographie 10.5, part des revenus des services mobiles de détail des 3 plus grands par rapport aux autres fournisseurs, p.312.

³² CRTC. Rapport de surveillance des communications, 2019, Graphique 10.2, p.313.

³³ STATISTIQUES CANADA. Tableau 4, tarifs des services sans fil mobiles au Canada en 2019, en ligne : <https://www.ic.gc.ca/eic/site/693.nsf/fra/00182.html#3.2.2>

³⁴ Voir par exemple les propos de Québecor : « Fizz est une marque entièrement numérique qui s'adresse à un type de clientèle qui recherche spécifiquement une expérience numérique.» : QUÉBECOR MÉDIA. Réponse à une demande de renseignements, doc Québecor Média(CRTC)1juin2020-1 ACRT 2020-81, pp.1-2.

complémentaire offerte par les fournisseurs importe assez peu et n'est certainement pas le motif déterminant dans le choix d'un fournisseur de service au pays.

45. Voici ce qu'avait constaté UC lors de la tenue de groupes de discussion au Québec et en Ontario relativement aux offres des fournisseurs de services de communication en 2018 :

Leur processus de magasinage est également rapide en raison de leurs critères d'évaluation. Lorsqu'on les questionne sur l'élément le plus important d'une offre, les participants sont unanimes : le prix. Ils sont à la recherche du meilleur prix, d'abord et avant tout. L'importance du prix est telle que les participants parviennent rarement à identifier un autre critère qui pourrait influencer la sélection d'un forfait. Certains mentionnent de manière générique « le service », mais ne paraissent pas être en mesure d'élaborer³⁵.

Le choix des consommateurs de payer en ligne ne reflète pas nécessairement leur préférence en ce qui concerne la réception d'une facture

46. Le CRTC réfère également au choix de nombreux consommateurs de payer en ligne dans sa décision 2020-80. Nous croyons que la réception d'une facture et son paiement doivent être traités de façon distincte. Le fait que des consommateurs paient dorénavant leurs forfaits de services de communication directement en ligne ne signifie pas que les factures papier n'ont plus d'utilité. Les options mentionnées par le CRTC (paiement préautorisé, paiement en succursale bancaire³⁶) concernent le paiement de la facture et non sa réception ou sa lecture. Elles ne répondent pas aux besoins des consommateurs de comprendre et de vérifier l'exactitude de leur facture. Les consommateurs peuvent-ils réellement – et surtout, devraient-ils – effectuer des paiements mensuels sans s'assurer du montant exact, et sans avoir eu les moyens nécessaires de ce faire, surtout dans un marché comme celui des télécoms où les hausses de prix, les erreurs de facturation et l'annonce inexacte (trompeuse) de prix sont monnaie courante³⁷ ?

³⁵ UNION DES CONSOMMATEURS. Des rabais à quel prix ? Services de communication et prix promotionnels : l'heure des bilans, 2018, p.65, en ligne : <https://uniondesconsommateurs.ca/rabaistelecom/>

³⁶ CRTC. Décision de télécom CRTC 2020-80, para 59.

³⁷ Mentionnons cet autre constat des groupes de discussion tenus par Union des consommateurs en 2018 : « Lorsque l'information promotionnelle des fournisseurs est abordée au cours des discussions, les participants se montrent assez cyniques. Ils semblent d'avance convaincus que le prix annoncé est inférieur au prix qui sera finalement exigé. À la question si un prix promotionnel est de 100 \$, quel serait le montant de la facture mensuelle, avant les taxes ? la plupart avancent des montants entre 130 \$ et 150 \$. Fait intéressant : aucun participant ne suggère 100 \$! » : UNION DES CONSOMMATEURS. Des rabais à quel prix ? Services de communication et prix promotionnels : l'heure des bilans, 2018, p.66.

CONCLUSION

47. Pour les différentes raisons exposées ci-haut, UC est d'avis qu'il est primordial que le CRTC mette en place une condition de service obligeant tous les fournisseurs de services de communication postpayés à fournir des factures papier à tous leurs abonnés qui en feraient la demande.
48. Aussi, il est impossible pour UC d'identifier des groupes spécifiques de consommateurs qui devraient pouvoir continuer de recevoir une facture papier, comme le demande le CRTC dans son avis de consultation 2020-81³⁸. Les raisons pour lesquelles des consommateurs ont besoin d'une facture papier ne peuvent être délimitées à une ou certaines catégories spécifiques de consommateurs, telles que l'âge ou le passé militaire. Des ménages de toutes les générations n'ont encore aujourd'hui pas accès à Internet. Et des consommateurs de tout âge ont encore besoin de documents papier pour s'assurer de bien gérer leurs finances et pour bien comprendre – et vérifier – les sommes à payer.
49. L'offre et la réception de factures papier ne devraient en aucun cas être considérées comme un argument concurrentiel de certains fournisseurs ; il doit s'agir d'un droit pour tous les consommateurs, vu l'importance de favoriser la lecture et la compréhension des factures par ces derniers.
50. Enfin, dans un souci de cohérence avec les positions passées du CRTC relativement à l'accès aux autres documents importants (contrats), UC soumet que le CRTC ne peut raisonnablement tolérer que les fournisseurs cessent d'offrir des factures dans un format qui assure une meilleure compréhension des consommateurs, et ce, même si cela entraîne des frais pour les fournisseurs. Le CRTC devrait adopter le même raisonnement que dans sa politique réglementaire 2013-271, soit :

Cela dit, les citoyens canadiens ne peuvent pas tous utiliser une version électronique du contrat écrit et des documents connexes. Certains consommateurs peuvent avoir besoin d'une copie papier, et les personnes handicapées peuvent avoir besoin d'une copie dans un format de rechange. Même si la fourniture de ces formats peut entraîner des frais pour les FSSF, le Conseil estime que ce fardeau n'est pas disproportionné étant donné l'importance fondamentale pour les citoyens canadiens de comprendre leur contrat de services sans fil³⁹.

*** Fin du document ***

³⁸ CRTC. Avis de consultation de radiodiffusion et de télécom CRTC 2020-81, para 9.

³⁹ CRTC. Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271, para 52.