

LES VENTES LIÉES : enjeux pour le consommateur

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

union
des consommateurs

Juin 2010

Rapport publié par :



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

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

union@consommateur.qc.ca
www.consommateur.qc.ca/union

Membres d'Union des consommateurs

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

Rédaction du rapport

- Me Yannick Labelle

Avec la collaboration du

- Comité protection du consommateur

Direction de rédaction

- Me Marcel Boucher

ISBN 978-2-923405-39-1



Union des consommateurs est membre de l'Organisation internationale des consommateurs (CI), une fédération regroupant 234 membres en provenance de 113 pays.

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

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

© Union des consommateurs — 2010

TABLE DES MATIÈRES

UNION DES CONSOMMATEURS, la force d'un réseau	4
INTRODUCTION	5
1. VENTE LIÉE : PRINCIPES GÉNÉRAUX	7
1.1 Définition et caractéristiques de la vente liée	7
2. ENCADREMENT LÉGISLATIF CANADIEN DE LA VENTE LIÉE	9
2.1 Mesures législatives fédérales	9
2.1.1 <i>Loi sur la concurrence</i>	9
2.1.2 <i>Loi sur les banques</i>	15
2.2 Lois provinciales : législation du Québec, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique	18
2.2.1 <i>Lois provinciales de protection de consommateurs et la vente liée</i>	18
2.2.2 <i>Autres mesures législatives</i>	22
2.3 Juridictions étrangères : les États-Unis et l'Europe	24
2.3.1 <i>Réglementation américaine</i>	24
2.3.2 <i>Réglementation européenne</i>	28
3. MESURES DE REDRESSEMENT : ÉFFICACITÉ DES RECOURS ET DÉCISIONS DES TRIBUNAUX	35
3.1 Tribunal de la concurrence	35
3.1.1 <i>Article 36 de la Loi sur la concurrence</i>	35
3.1.2 <i>Article 103.1 de la Loi sur la concurrence : recours en cas de vente liée</i>	36
3.2 Cour des petites créances et autres cours de justice provinciales	40
3.3 Recours et décisions judiciaires étrangères	43
3.3.1 <i>Quelques poursuites et décisions américaines en matière de vente liée</i>	43
3.3.2 <i>Recours et décisions en Europe</i>	45
4. ÉTUDE TERRAIN : UTILISATION DE LA VENTE LIÉE AU CANADA	53
4.1 Nature des plaintes et secteurs problématiques	53
4.2 Usage et effets de la vente liée : justifications, avantages et inconvénients	56
4.2.1 <i>Avantages et justifications de la vente liée pour les entreprises</i>	56
4.2.2 <i>Avantages et inconvénients de la vente liée pour les consommateurs</i>	57
4.3 Problématiques juridiques de la vente liée	59
5. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	62
5.1 Conclusions	62
5.1.1 <i>Démarches à entreprendre</i>	63
5.2 Recommandations	65
ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE ENVOYÉ AUX ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS	74
ANNEXE 2 : DISPOSITIONS LÉGISLATIVES CANADIENNES	76
ANNEXE 3 : DISPOSITIONS LÉGISLATIVES ÉTRANGÈRES	87

UNION DES CONSOMMATEURS, la force d'un réseau

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

Notre mission est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Nos interventions s'articulent autour des valeurs chères à nos 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 de notre organisme nous permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par le biais des travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face; nos 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, réglementaires ou judiciaires et sur la place publique. Parmi nos dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'inforoute, la santé, l'alimentation et les biotechnologies, les produits et services financiers, les pratiques commerciales, ainsi que les politiques sociales et fiscales.

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

INTRODUCTION

Voici une scène qui se produit à plusieurs reprises quotidiennement dans les magasins à travers le Canada : un consommateur se rend dans une grande surface afin de faire l'achat d'un nouvel ordinateur. Il a pris soin de comparer sur Internet les prix offerts par plusieurs commerçants avant de se rendre chez celui qui offrait un meilleur prix pour l'appareil qui répond le mieux à ses besoins. Alors qu'il discute avec le vendeur, ce dernier l'informe que l'ordinateur est déjà muni d'un système d'exploitation, de périphériques informatiques et de plusieurs logiciels et ce, dans le but de faciliter la tâche au consommateur qui pourra, une fois arrivé à son domicile, utiliser son ordinateur sur le champ. Le consommateur qui possède déjà les logiciels en question ou qui n'entend pas tous les utiliser, demande alors au vendeur s'il est possible d'obtenir un ordinateur « nu » afin qu'il soit en mesure d'installer les logiciels et le système d'exploitation de son choix et n'installer de surcroît que les logiciels dont il a besoin. Le vendeur lui répond par la négative : les ordinateurs sont vendus tels quels et le prix des logiciels et du système d'exploitation sont inclus dans le prix de vente.

Que peut bien faire le consommateur? Peut-il exiger que le commerçant lui vende l'ordinateur « nu »? Peut-il se rendre chez un autre vendeur afin d'obtenir l'ordinateur sans système d'exploitation ou logiciels? Est-ce que le consommateur est contraint de procéder à l'achat de ces produits qu'il n'a pas demandés, dont il n'a pas besoin? Sera-t-il en mesure d'obtenir le remboursement de ces logiciels après l'achat de l'ordinateur?

Cette pratique qui consiste à soumettre l'achat d'un bien ou d'un service que désire un consommateur à l'achat d'un autre bien et service est connue comme étant de la vente liée. Elle peut avoir lieu tant au moment de l'achat du bien ou du service désiré, alors que le commerçant rend l'acquisition du bien ou du service conditionnelle à l'acquisition d'un autre bien et service, qu'après la conclusion du contrat, en imposant par exemple au consommateur l'acquisition de biens ou de services choisis exclusivement par le commerçant.

Il s'agit d'une pratique qui se répand de plus en plus, et ce, dans différents secteurs de la consommation. On trouvera ainsi liés par le commerçant : appareil photo numérique et carte mémoire, service Internet et modem, service de télédistribution et décodeur, imprimante et cartouches d'encre, etc. L'usage de cette pratique de commerce semble avoir pris un nouvel élan avec l'essor des ventes de produits informatiques. Si la vente liée est particulièrement répandue dans le domaine des produits informatiques, cette pratique ne se limite toutefois pas à ce domaine de la consommation. Les législateurs provinciaux (sauf au Québec) s'affairent depuis le début de 2008 à adopter des dispositions législatives en vue de réglementer cette pratique dans le secteur des prêts de dépannage connus sous le nom de *Payday loans*, où l'usage de la vente liée est jugé dommageable pour les emprunteurs¹.

Plusieurs critiques sont soulevées contre cette pratique : les consommateurs sont contraints de procéder à l'achat de produits qu'ils n'ont jamais demandés, le prix de ce qu'ils veulent acquérir est faussé par l'ajout de compléments non sollicités, la concurrence est grandement affectée par le quasi-monopole de certains de ces produits ajoutés, etc. Les entreprises, quant à elles,

¹ À titre d'exemple de nouvelle législation concernant la vente liée dans le domaine des payday loans, voir art. 154.2 de la *Loi sur la protection du consommateur*, C.P.L.M.c. C200, adopté en 2009 au Manitoba ou encore l'article 19 du *Payday Loans Regulation*, B.C. Reg. 57/2009, adopté en juillet 2009 mais qui n'est présentement pas en vigueur.

affirment qu'une telle pratique est dans le meilleur intérêt des consommateurs et n'affecte aucunement la concurrence. Cette divergence de points de vue soulève diverses questions : la pratique de la vente liée présente-t-elle des avantages et des désavantages réels pour les consommateurs et pour les entreprises? Le consommateur consent-il de manière libre et éclairée à l'achat d'un deuxième produit ou service imposé par le commerçant? Les offres faites au consommateur sont-elles claires et transparentes? La pratique de la vente liée peut-elle donner lieu à des abus? Quelles sont les balises législatives qui protègent les consommateurs des abus que peut entraîner la vente liée? Le consommateur qui se croit lésé par une telle pratique dispose-t-il de recours? Dans l'éventualité où des recours existent, sont-ils accessibles pour les consommateurs et offrent-ils un redressement rapide et efficace?

La présente recherche se propose de déterminer les avantages et inconvénients de la vente liée pour les consommateurs et de déterminer clairement les droits et les recours des consommateurs confrontés à cette pratique. Cette recherche, qui traitera indistinctement la vente liée au moment de la conclusion du contrat de consommation et après ce contrat initial, nous permettra également d'analyser la légalité de la vente liée et ses effets sur les droits des consommateurs et sur le marché.

Le manque d'encadrement spécifique au Canada sur le plan de la protection du consommateur et les définitions nébuleuses que nous retrouvons dans certaines lois canadiennes laissent subsister une grande incertitude non seulement quant aux circonstances où la vente liée dans un contrat de consommation sera jugée comme étant illégale, mais aussi en ce qui concerne l'interprétation juridique qu'en feraient les tribunaux canadiens lors d'un recours relatif à un contrat de consommation. La présence d'un encadrement clair de la vente liée, qui prend soin de définir cette pratique et de spécifier clairement les circonstances où celle-ci est illégale semble offrir au consommateur un avantage non négligeable.

Une analyse comparative des dispositions législatives encadrant la vente liée dans les juridictions étrangères nous permettra d'en évaluer l'efficacité et de mesurer, en le comparant à ce qui se fait à l'étranger, le degré de protection offerte aux consommateurs canadiens.

Les résultats de notre recherche nous permettront de formuler des recommandations quant aux meilleurs moyens de protéger les consommateurs et, le cas échéant, à l'amélioration de l'efficacité de la législation et des recours existants au Canada.

Notons par ailleurs que nous procéderons dans le cadre de notre recherche à une analyse sommaire des dispositions de la *Loi sur la concurrence* et des effets de la vente liée sur le marché, mais que notre recherche sera principalement axée sur la protection du consommateur plutôt que sur la concurrence. De ce fait, il est entendu que la vente liée sera considérée et traitée sous l'angle général de la consommation plutôt que celui, plus spécifique, du droit de la concurrence. En outre, nous avons choisi d'axer notre recherche sur les produits de consommation grand public ; ainsi, bien que les secteurs des valeurs mobilières et des sociétés de fiducie et de prêts fassent l'objet de réglementation portant sur la vente liée, ces secteurs d'activités ne seront pas abordés dans notre étude, étant donné qu'ils ne s'adressent qu'à un public restreint. De plus, la présente recherche ne propose aucune analyse économique de la vente liée.

1. VENTE LIÉE : PRINCIPES GÉNÉRAUX

1.1 DÉFINITION ET CARACTÉRISTIQUES DE LA VENTE LIÉE

L'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) définit la vente liée comme étant « *une situation où la vente d'un bien est conditionnelle à l'achat d'un autre bien* [notre traduction] »². Sous cette définition toute simple se cache un échange économique ayant des effets complexes sur le marché et sur les droits des consommateurs. Comment le consommateur peut-il identifier une pratique qui serait de la vente liée? Y a-t-il des circonstances où la vente liée est permise? Qu'est-ce que le produit « clef » et le produit « lié » ? Quelle est la distinction entre vente liée et vente jumelée? Quels sont les avantages et les inconvénients de la vente liée ? Quels sont les recours dont dispose le consommateur ? Dans le présent chapitre, nous tenterons de démystifier la pratique de la vente liée en identifiant les différents éléments constitutifs d'une vente liée ainsi que l'encadrement législatif de cette pratique.

La vente liée n'est pas définie dans les lois de protection de consommateurs mais plutôt dans la réglementation de certains secteurs économiques, tel que le secteur financier ou le domaine de la concurrence. Cependant, cette réglementation ainsi que la doctrine rapportent des éléments similaires. Afin qu'il y ait vente liée il faut que nous soyons en présence d'un fournisseur et d'un client. En deuxième lieu, il doit y voir un produit « clef » et un produit « lié ». Le produit « clef » est celui que le consommateur désire se procurer alors que le produit « lié » est celui dont l'acquisition sera imposée par le commerçant au consommateur pour que ce dernier puisse procéder à l'acquisition du produit « clef ». Le consommateur peut se voir contraint d'acquérir le produit « lié » à son insu ou en toute connaissance de cause : l'acquisition du produit clef n'en restera pas moins conditionnelle à celle du produit lié.

Comme nous le verrons, la vente liée est le plus souvent traitée par le biais du droit de la concurrence. Certains auteurs se penchent heureusement, dans leurs ouvrages, sur la vente liée du point de vue du droit de la consommation. L'auteure de référence en droit de la consommation au Québec, Nicole L'Heureux, définit la vente liée, qu'elle nomme également « vente subordonnée », comme étant une « méthode de vente où le consommateur se fait imposer l'achat d'un bien auquel il ne tient pas, mais qu'il se voit forcé d'acheter par les procédés astucieux d'un commerçant qui souhaite en favoriser la vente. »³ L'auteure L'Heureux fait la distinction entre la vente subordonnée et la vente jumelée qui « consiste à attirer le consommateur par l'offre de deux ou plusieurs biens, constituant un ensemble de biens. »⁴

Quoiqu'on reproche à la vente liée d'avoir des effets fâcheux et de désavantager de manière indue les consommateurs, cette pratique n'est pas interdite de manière explicite dans les lois de

² ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, *Glossary of Statistical Terms*, p. 83. Disponible en ligne sur le site de l'OCDE. [En ligne :] <http://www.oecd.org/dataoecd/8/61/2376087.pdf> (document consulté le 15 septembre 2009).

³ La vente liée est également visée à la *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34, qui prévoit une définition des plus complètes, sur laquelle nous reviendrons plus loin. L'HEUREUX, N. *Droit de la consommation*, Éditions Yvon Blais, 5^e édition, Cowansville, Québec, 2000, p. 377.

⁴ *Op. cit.* note 3, p. 378.

protection de consommateurs au Canada. D'autres juridictions, estimant qu'une telle pratique est répréhensible, notamment parce qu'elle laisse croire au consommateur qu'il bénéficie d'un avantage économique alors que ce n'est pas réellement le cas, ont réglementé de façon stricte la vente subordonnée.

La distinction que fait l'auteure L'Heureux entre la vente liée et la vente jumelée est bien sûr fort pertinente. Nous distinguerons nous aussi cette pratique, communément désignée sous le nom de « *bundling* » ou « bouquet de services », de la vente liée. Le bouquet de services est la pratique qui consiste à offrir un rabais sur le prix si le consommateur se procure plusieurs biens ou services auprès du même vendeur ou fournisseur, biens et services qu'il pourrait aussi se procurer séparément auprès du même vendeur ou fournisseur. La distinction tient évidemment au caractère facultatif de l'acquisition en bouquet ; si l'économie qu'entraînera l'acquisition de deux biens ou services est conditionnelle à ce regroupement, l'acquisition elle-même de tel bien ou service n'est pas conditionnelle à l'acquisition de l'autre, contrairement à ce qui est le cas en matière de vente liée. Nous y reviendrons toutefois, cette pratique ayant parfois été traitée par des législateurs, canadiens et étrangers, en même temps que la vente liée.

Tel que mentionné précédemment, nous retrouvons peu de définitions de la vente liée dans les différentes lois à travers le Canada. Les quelques définitions pertinentes feront l'objet d'une analyse dans le chapitre suivant, qui se penche sur le cadre législatif de la vente liée au Canada.

S'il existe des définitions de la vente liée, cette pratique n'est pas pour autant toujours aisément identifiable par le consommateur et ce dernier n'est pas nécessairement en mesure, l'aurait-il identifiée, d'en évaluer les conséquences.

Il est bon de noter que le présent rapport abordera la vente liée par le biais de la pratique plutôt que par le biais des définitions strictes que peuvent en donner les lois canadienne, provinciales ou fédérales. Notre étude tente justement de voir si cette pratique commerciale, soit la méthode de vente qui consiste à imposer au consommateur qui désire se procurer un bien ou un service l'achat d'un autre bien, mériterait, dans l'intérêt d'une meilleure protection du consommateur, un encadrement plus serré. Ainsi, dans notre analyse des manifestations de vente liée, ce n'est pas, sauf exception, à travers la grille de possibles contraventions aux lois canadiennes actuelles que nous effectuerons notre évaluation, mais, à l'image de ce qu'on fait d'autres juridictions, sur la base de la stricte définition factuelle de la pratique en question.

Le consommateur canadien est-il en réalité protégé contre cette pratique et les effets négatifs que certaines juridictions ont trouvés suffisamment importants pour intervenir directement et globalement? Il s'agit en effet, nous le verrons, d'une pratique qui, sans être interdite, peut être abordée par le biais du droit de la concurrence. D'autres juridictions ont cru bon de l'interdire par le biais du droit de la consommation. Pourquoi ces pratiques de vente liée sont-elles permises ou tolérées au Canada?

Toutes les questions que soulève la pratique de la vente liée dans le domaine de la consommation nous amènent à une analyse de l'encadrement juridique en place, afin d'avoir une meilleure compréhension des problèmes qu'est susceptible d'entraîner cette pratique pour les consommateurs et des mesures adoptées par les gouvernements afin d'y remédier.

2. ENCADREMENT LÉGISLATIF CANADIEN DE LA VENTE LIÉE

La pratique de la vente liée fait l'objet au Canada d'une réglementation rarissime, très sporadique. Quoiqu'elle fasse l'objet de réglementation dans certains secteurs d'activités (c'est notamment le cas en matière de concurrence, dans les secteurs des services bancaires, et dans le domaine des assurances, des sociétés de fiducie et de prêt et des prêts sur salaire), les lois de protection de consommateurs, à portée générale, ignorent généralement la vente liée. Certaines mesures prévues aux lois de protection de consommateurs pourraient tout de même prévenir certaines pratiques qui pourraient être assimilées à de la vente liée. Dans le présent chapitre nous analyserons plus en profondeur le cadre législatif canadien en recensant les dispositions qui encadrent la vente liée au niveau fédéral et en scrutant les lois provinciales de protection de consommateurs à la recherche de dispositions encadrant la vente liée dans les contrats de consommation. Dans le cadre de notre étude des lois provinciales, nous avons consulté les lois de protection de consommateurs des provinces de la Colombie-Britannique, du Québec et de l'Ontario. Nous mentionnerons aussi au passage quelques dispositions pertinentes des lois d'autres provinces canadiennes.

2.1 MESURES LÉGISLATIVES FÉDÉRALES

2.1.1 Loi sur la concurrence

Au Canada, la définition la plus précise et la plus explicite de la vente liée se retrouve à l'article 77(1) de la Loi sur la concurrence. La Loi sur la concurrence, entrée en vigueur en 1986, a pour but de «préserver et de favoriser la concurrence au Canada dans le but de stimuler l'adaptabilité et l'efficacité de l'économie canadienne, [et] d'améliorer les chances de participation canadienne aux marchés mondiaux [...]»⁵. Elle a également pour objectif «d'assurer à la petite et à la moyenne entreprise une chance honnête de participer à l'économie canadienne [et] d'assurer aux consommateurs des prix compétitifs et un choix dans les produits»⁶. Historiquement, l'encadrement de la concurrence au Canada a plutôt favorisé une approche axée sur des sanctions criminelles.⁷ La réforme de 1986 bien qu'elle maintienne les sanctions criminelles, a également prévu l'ajout d'une mesure plus flexible par l'entremise de dispositions permettant des recours « civils ». C'est le cas notamment de l'article 36 de la Loi sur la concurrence, qui prévoit la possibilité d'octroi par tout tribunal compétent de dommages-intérêts à toute personne qui a subi un dommage « soit d'un comportement allant à l'encontre d'une disposition de la partie VI [ou] soit du défaut d'une personne d'obtempérer à une ordonnance rendue par le Tribunal ou un autre tribunal en vertu de la présente loi»⁸ et de l'article 103.1 de la *Loi sur la concurrence*, qui permettra à une partie privée d'intenter devant le Tribunal de la concurrence un recours à l'encontre de certaines pratiques, telles que la vente liée.

⁵ *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34, art. 1.1.

⁶ *Ibid.*

⁷ GOLDMAN, C. et al. «*A Canadian Perspective on Tied Selling and Exclusive Dealing*», dans le cadre de 12th EUI Competition Law and Policy Workshop, Toronto, Canada, p. 2. [En ligne], http://www.blakes.com/pdf/njo/20081021134656_001.pdf (page consultée le 4 mars 2010).

⁸ Art. 36, al. 1, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

Le droit civil *étant*, en vertu des articles 91 et 92 de la *Loi constitutionnelle de 1867*, de compétence provinciale exclusive, cette adoption par le fédéral de dispositions qui créent des recours civils n'a pas manqué de soulever des questions relativement à leur validité. La Cour suprême s'est penchée sur cette question dans l'affaire *General Motors of Canada Ltd. c. City National Leasing*⁹ et est arrivée à la conclusion que le parlement pouvait, en vertu de sa compétence en matière d'échanges et de commerce « en général »¹⁰, créer un droit d'action de nature civile dans un cadre règlementaire ayant une portée nationale. La Cour conclut également qu'il s'agit en effet d'un empiètement sur un pouvoir provincial exclusif attribué par l'article 92(13) de la *Loi constitutionnelle de 1867*, soit la propriété et le droit civil dans la province. Cependant, cet empiètement a un lien suffisant avec un système législatif valide pour que sa constitutionnalité soit reconnue.

Les dispositions civiles touchent « les affaires qui se traitent mieux en dehors d'un tribunal criminel [et] aux questions dont l'effet sur la concurrence est ambigu »¹¹. Ce sont donc les dispositions concernant les fusions, l'abus de position dominante ou encore la vente liée qui font l'objet de mesures civiles, et ce, contrairement aux dispositions en matière criminelle qui concernent les cas qui « hors de tout doute auraient des répercussions néfastes sur un marché prospère »¹², alors que la *Loi sur la concurrence*, à sa partie VIII, intitulée « Pratiques commerciales trompeuses », identifie trois types de pratique comme étant de la vente liée, qu'il définit comme suit :

77. « ventes liées » “tied selling”

a) toute pratique par laquelle le fournisseur d'un produit exige d'un client, comme condition à ce qu'il lui fournisse ce produit (le produit “clef”), que ce client :

- soit acquière du fournisseur ou de la personne que ce dernier désigne un quelconque produit,
- soit s'abstienne d'utiliser ou de distribuer, avec le produit clef, un autre produit qui n'est pas d'une marque ou fabrication indiquée par le fournisseur ou la personne qu'il désigne;

b) toute pratique par laquelle le fournisseur d'un produit incite un client à se conformer à une condition énoncée au sous-alinéa a(i) ou (ii) en offrant de lui fournir le produit clef selon des modalités et conditions plus favorables s'il convient de se conformer à une condition énoncée à l'un ou l'autre de ces sous-alinéas.¹³

(nos soulignés)

⁹ *General Motors of Canada Ltd c. City National Leasing*, [1989] 1 R.C.S. 641 [Décision *City National Leasing*]

¹⁰ *Loi constitutionnelle de 1867* (R.-U.), 30 & 31 Vict., c. 3, art. 91(2).

¹¹ ADDY, G. «La loi canadienne su la concurrence, modèle de loi souple et ouverte sur l'avenir», sur le site du Bureau de la concurrence du Canada. Allocution du Directeur des enquêtes et recherche, 5 octobre 1993. [En ligne], <http://www.ic.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/01062.html> (page consultée le 3 mars 2010)

¹² *Ibid.*

¹³ *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34, art. 77(1).

Le même article définit les éléments qui devront être analysés pour interdire une vente liée ou tenter d'en supprimer les effets :

77. [...]

Exclusivité ou ventes liées

(2) Lorsque le Tribunal, à la suite d'une demande du commissaire ou d'une personne autorisée en vertu de l'article 103.1, conclut que l'exclusivité ou les ventes liées, parce que pratiquées par un fournisseur important d'un produit sur un marché ou très répandues sur un marché, auront vraisemblablement :

a) soit pour effet de faire obstacle à l'entrée ou au développement d'une firme sur un marché;

b) soit pour effet de faire obstacle au lancement d'un produit sur un marché ou à l'expansion des ventes d'un produit sur un marché;

c) soit sur un marché quelque autre effet tendant à exclure,

et qu'en conséquence la concurrence est ou sera vraisemblablement réduite sensiblement, le Tribunal peut, par ordonnance, interdire à l'ensemble ou à l'un quelconque des fournisseurs contre lesquels une ordonnance est demandée de pratiquer désormais l'exclusivité ou les ventes liées et prescrire toute autre mesure nécessaire, à son avis, pour supprimer les effets de ces activités sur le marché en question ou pour y rétablir ou y favoriser la concurrence.

En vertu de la *Loi sur la concurrence*, le Tribunal, pour rendre une ordonnance relative aux ventes liées, devra d'abord conclure à la présence des quatre éléments suivants : (1) l'existence de deux produits séparés ; (2) l'existence d'une pratique qui consiste à lier deux produits; (3) l'usage de cette pratique par un fournisseur important (« major supplier ») ou étendu dans tout le marché et (4) la preuve d'effets anticoncurrentiels sensibles, soit la diminution substantielle, réelle ou vraisemblable, de la concurrence. À la lecture de l'article 77, on constate donc que la vente liée elle-même n'est pas en soi infraction à la Loi dans toutes les circonstances. Ce sera plutôt l'effet produit par la pratique de la vente liée, soit, par exemple, le fait de réduire la concurrence, qui constitue une infraction à l'article 77 et justifiera une intervention du Tribunal.

Bien que les éléments que le Tribunal devra prendre en compte puissent sembler assez évidents à la lecture la Loi, ils ont fait l'objet d'une jurisprudence abondante qui vient préciser leur interprétation et leur application.

a) L'existence de deux produits séparés

Il va sans dire que, lorsqu'il est question de vente liée, il faut nécessairement qu'il y ait deux produits séparés. Selon la jurisprudence, ce n'est qu'en examinant la demande que présente le marché pour ces produits que l'on pourra déterminer si, au sens de la Loi, nous sommes en présence de deux produits distincts. L'arrêt clef sur cette question est la décision du Tribunal de

la Concurrence dans l'affaire *Canada c. Télé-Direct (Publications) Inc.*¹⁴, un des rares cas de vente liée à avoir été tranchés par le Tribunal de la Concurrence. Dans cette affaire, le Directeur des enquêtes et recherches soutenait que les défendeurs, Télé-Direct (Publications) Inc. et Télé-Direct (Services) Inc., conditionnaient à l'achat par le client de services de marketing et de publicité la disponibilité d'espace publicitaire dans les annuaires téléphoniques. Dans cette décision, le Tribunal a adopté pour principe que l'analyse doit s'effectuer en deux temps. Afin de conclure à l'existence d'une vente liée, il faut en premier lieu établir qu'il y ait une demande suffisante pour l'achat des deux produits de manière séparée. La deuxième question qui se pose est de savoir si le fait de séparer les produits aura pour résultat d'offrir un approvisionnement efficace des produits qui sont liés.¹⁵

b) L'existence d'une pratique où deux produits sont liés

Le deuxième critère concerne l'existence d'une pratique où deux produits sont liés. Il ne sera pas nécessaire que le fait que les produits soient liés implique qu'il soit impossible de se procurer les produits ailleurs séparément. Pour satisfaire à ce deuxième critère, il suffira qu'il y ait une coercition qui force l'achat des biens liés. La question qui se pose lors de l'évaluation des faits à la lumière de ce critère est de savoir ce qui constitue une pratique. Dans l'affaire *Nutrasweet*, le défendeur Nutrasweet Co., producteur d'aspartame, exige du client qui demande l'autorisation d'utiliser la marque de commerce et le logo NutraSuc, propriétés de Nutrasweet, qu'il achète également de l'aspartame. Le défendeur exige également que le client n'utilise que de l'aspartame de Nutrasweet avec sa marque de commerce NutraSuc. Le Tribunal arrive à la conclusion qu'une pratique doit être plus qu'un ou quelques actes isolés.¹⁶ Selon l'auteur Brian Facey « different anti-competitive acts or one anti-competitive act that is sustained or has a long-term impact on competition might constitute a practice [...] »¹⁷

c) L'utilisation de la pratique par un fournisseur important

La *Loi sur la concurrence* ne définit pas ce qu'est un « fournisseur important ». Il faut encore une fois se tourner vers la jurisprudence du Tribunal de la concurrence afin de voir comment ce terme a été défini. Dans le but de déterminer si la pratique de la vente liée est exécutée par un fournisseur important, nous pouvons rechercher plusieurs indicateurs tels que : la part de marché du fournisseur, ses capacités financières ainsi que ses connaissances en innovation, sans oublier que les gestes posés par le fournisseur en question doivent avoir un impact significatif sur le marché.¹⁸

Dans la cause clef sur la reconnaissance d'une entreprise en tant que fournisseur important¹⁹, le Tribunal de la concurrence en arrive à la conclusion que Bombardier est en effet un

¹⁴ *Canada c. Tele-Direct (Publications) Inc.* (1997), 73 C.P.R. 1 (Trib. de la conc.) [Décision *Télé-Direct*].

¹⁵ *Op. cit.* note 7, p. 9.

¹⁶ *Canada (Directeur des enquêtes et recherches c. Nutrasweet Co.* (1990), 32 C.P.R. (3d) 1 (Trib. de la conc.) [Décision *Nutrasweet*].

¹⁷ FACEY B. et ASSAF D. *Competition and Antitrust Law : Canada and the United States*, LexisNexis Butterworth, 3^e édition, 2006, p. 350.

¹⁸ *Director of Investigation and Research v. Bombardier Ltd.* (1980), 53, C.P.R. (2d) 55.

¹⁹ Il s'agissait dans cette affaire d'une vente exclusive et non d'une vente liée ; on notera toutefois que ce sont sur ces deux pratiques que portent les critères de l'article 77(2) de la Loi sur la concurrence,

fournisseur important, et ce, pour les raisons suivantes : en tant que fournisseur de motoneiges, Bombardier détenait 30 % du marché et était un leader en innovation. En tant que distributeur, Bombardier détenait 40 à 60 % du marché provincial et, en tant que détaillant, l'entreprise avait à sa disposition un réseau solide de vendeurs. Cependant, bien le Tribunal en arrive à la conclusion que Bombardier est un fournisseur important, il n'est pas d'avis que les agissements de Bombardier aient eu pour effet de mettre un frein à l'expansion des concurrents dans le marché, que ce soit à titre de manufacturier, de distributeur ou de détaillant.²⁰ Par contre, comme en fait part le tribunal dans la cause *Nutrasweet*, malgré le fait que le commerçant ne détienne pas une partie importante du marché, il peut quand même être considéré comme étant un « major supplier » si les agissements qui lui sont reprochés ont pour effet de réduire la concurrence sur le marché ou encore affectent tous les consommateurs.²¹

d) Les effets anticoncurrentiels qui donnent lieu à une diminution substantielle de la concurrence et à l'exclusion des concurrents du marché

L'alinéa 2 de l'article 77 de la *Loi sur la concurrence* exige également la preuve que la pratique reprochée a ou aura vraisemblablement pour effet de *réduire sensiblement* la concurrence en faisant obstacle à l'entrée ou au développement d'une firme sur le marché ou au lancement d'un produit sur un marché ou encore à l'expansion des ventes d'un produit sur un marché.²²

Dans le cas de la vente liée, les effets anticoncurrentiels résident dans l'importance de la part de marché visée par la pratique reprochée ; ils sont analysés selon un test en deux étapes. Il s'agit en fait du même test qui s'applique à la pratique de l'abus de position dominante, que nous retrouvons à l'article 79 de la Loi. C'est à cette analyse que s'est livré le Tribunal de la concurrence dans l'affaire *Télé-Direct*. Tel que mentionné auparavant, la pratique reprochée dans cette affaire était le fait que Télé-Direct (Publications) et Télé-Direct (Services) Inc. rendaient l'achat de services de marketing et de publications conditionnel à l'achat d'espaces publicitaires dans les annuaires téléphoniques. Il s'agit en premier lieu pour le Tribunal de définir la portion du marché disponible pour la vente du produit lié. Deuxièmement, le Tribunal évaluera la valeur monétaire des revenus du marché qui sont affectés par la vente liée.²³ Dans la cause *Télé-Direct*, le Tribunal en arrive à la conclusion que la pratique reprochée entraîne une diminution substantielle de la concurrence, puisque « *the combined total of the accounts found to be tied adds up to well in excess of 50 percent of the current commissionable market [and] in relative and absolute dollar terms, the amount of revenue affected by the tie is undoubtedly sufficient to conclude that there is a substantial lessening of competition* »²⁴. Le Tribunal de la concurrence établit un lien direct entre la part de marché occupée par l'entreprise et les effets anticoncurrentiels sur le marché.

²⁰ CAMPBELL N. et al. *Non-price Vertical Restraints*, Insight, May 11th 1993, p. 8 et 9. [En ligne], http://www.mcmillan.ca/Upload/Publication/Vertical%20Non%20Price%20Restraints_Rowley_Campbell_0593.pdf (page consultée le 26 mars 2010).

²¹ Décision *Nutrasweet*.

²² *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34, art. 77(2)

²³ Dans cette affaire, le Tribunal s'est référé, sur ce point, à l'avis d'un expert.

Op. cit. note 17, p. 350.

²⁴ Décision *Télé-Direct*, à la p. 251.

e) Les exceptions

L'article 77, alinéa 4 de la *Loi sur la concurrence* comporte cependant certaines circonstances où la vente liée ne pourra faire l'objet d'ordonnance. Ces exceptions sont les suivantes :

1. Connexité technologique: Les ventes liées qui sont pratiquées de manière raisonnable compte tenu de la connexité technologique existant entre les produits qu'elles visent ne peuvent l'objet d'une ordonnance du tribunal.²⁵
2. Personne exploitant une entreprise de prêt d'argent : Ne pourront non plus faire l'objet d'une ordonnance les ventes liées pratiquées par une personne exploitant une entreprise de prêt d'argent, si elles ont pour objet de mieux garantir le remboursement d'un prêt consenti et qu'elles sont raisonnablement nécessaires à cette fin.²⁶
3. Entité affiliée : Aucune ordonnance ne peut être rendue en matière de vente liée entre des entités qui sont affiliées.²⁷ Sont considérées comme étant affiliées deux personnes morales si l'une d'elles est la filiale de l'autre ou encore si elles sont toutes les deux des filiales d'une même personne morale ou si les deux entreprises sont contrôlées par la même personne morale.²⁸ Les personnes morales qui sont affiliées à la même personne morale au même moment sont réputées être affiliées.²⁹ Il y a également affiliation si une société ou une personne morale est affiliée à une autre personne morale si l'une ou l'autre est contrôlée par la même personne morale.³⁰ Lorsqu'il y a une entente entre des personnes morales, sociétés et entreprises individuelles permettant à l'une d'entre elles de faire usage de la marque de commerce ou le nom de commerce pour identifier les affaires du concessionnaire, il y a présomption d'affiliation.

En ce qui concerne l'exemption applicable aux entités affiliées, l'article 77 fournit avec beaucoup de précision, comme on peut le constater, plusieurs situations où il y a présomption d'affiliation. Notons par ailleurs que cette exemption s'applique surtout aux franchises.³¹

L'exemption technologique a pour sa part fait l'objet d'une décision du Tribunal de la concurrence en 1981, qui en a établi les balises. Dans l'affaire *Directeur des enquêtes et des recherches c. BBM Bureau of Measurement*, le directeur des enquêtes et des recherches fait une demande d'ordonnance auprès de la Commission sur les pratiques restrictives³² afin d'interdire à *BBM Measurement Bureau* de pratiquer ce qu'il considère être la vente liée de deux produits, soit le service de mesure de l'écoute de télévision et celui de mesure de l'écoute de la radio. *BBM* a plaidé l'exemption technologique : les deux services ayant des frais d'administration et d'exploitation communs, le fait de lier les deux produits avait pour effet d'accroître l'efficacité des coûts de production engagés. La Commission a rejeté l'argument de *BBM*; selon elle l'exemption technologique ne trouve pas application lors qu'il est question de

²⁵ *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34, art. 77(4)b).

²⁶ *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34, art. 77(4)c).

²⁷ Art. 77(4)c), para. 2, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

²⁸ Art. 77(5)a), *Loi sur la concurrence*, L.R. 1985, ch. C-34.

²⁹ Art. 77(5)b), *Loi sur la concurrence*, L.R. 1985, ch. C-34.

³⁰ Art. 77(5)c), *Loi sur la concurrence*, L.R. 1985, ch. C-34.

³¹ *Op. cit.* note 17, p. 357.

³² La Commission des pratiques restrictives est le prédécesseur du Tribunal de la concurrence.

l'efficacité des coûts de production mais plutôt alors qu'il existe un besoin raisonnable de vendre les deux produits ensemble pour des raisons technologiques.³³

2.1.2 Loi sur les banques

Une réforme du secteur financier canadien a été entreprise durant les années 90. Selon les études et consultations menées, les préoccupations premières des consommateurs étaient la solvabilité du secteur financier, sa transparence, les mesures de redressement dont disposent les consommateurs ainsi que la confidentialité des renseignements personnels.³⁴ Le Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadiens, créé en 1996, avait pour mandat « d'examiner les politiques publiques s'appliquant au secteur des services financiers. »³⁵ Le rapport du Groupe de travail, communément appelé « Rapport Mackay », qui faisait état de 124 recommandations, prévoyait notamment que « l'existence de choix, sans coercition effective ni perçue »³⁶ serait importante pour les consommateurs. Parmi les amendements qu'a apportés le législateur en 1998 suite à ces recommandations, nous retrouvons à la Loi sur les banques le nouvel article 459.1 qui interdit expressément la vente liée. L'article 459.1, qui prévoit une application plus large que la disposition antérieure sur la vente liée, qui ne s'appliquait qu'aux prêts, énonce maintenant :

«Restrictions — ventes liées

459.1 (1) *Il est interdit à la banque d'exercer des pressions indues pour forcer une personne à se procurer un produit ou service auprès d'une personne donnée, y compris elle-même ou une entité de son groupe, pour obtenir un autre produit ou service de la banque.*

Produit ou service à des conditions plus favorables

(2) Il demeure entendu que la banque peut offrir à une personne de lui fournir un produit ou service à des conditions plus favorables que celles qu'elle offrirait par ailleurs, si la personne se procure un produit ou service auprès d'une personne donnée.

Produit ou service à des conditions plus favorables

(3) Il demeure entendu qu'une entité du même groupe que la banque peut offrir un produit ou service à des conditions plus favorables que celles qu'elle offrirait par ailleurs, si la personne se procure un autre produit ou service auprès de la banque.

Approbation

³³ *Director of Investigation and Research v. BBM Measurement Bureau*, (1981), 60 C.P.R. (2d) 26 (R.T.P.C.) [Décision *BBM*].

³⁴ KERTON, R. *Les consommateurs et le secteur des services financiers, Vol. 3 : Principes, pratique et politique- l'expérience canadienne*, document de recherche préparé pour le Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadiens, septembre 1998, p.9. [En ligne] <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection/F21-6-1998-8-1F.pdf> (page consultée le 31 mars 2010)

³⁵ CARRON, C. et BEAUPRÉ G. « Les consommateurs- mieux protégés que jamais », in *Développements récents en droit bancaire*, Barreau du Québec, 2003, Les Éditions Yvon Blais, Cowansville, Canada, p. 154.

³⁶ Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien, *Changements, défis et possibilités : Rapport du Groupe de travail*, septembre 1998, chapitre 7.

(4) La banque peut exiger qu'un produit ou service obtenu par un emprunteur auprès d'une personne donnée en garantie d'un prêt qu'elle lui consent soit approuvé par elle. L'approbation ne peut être refusée sans justification.

Communication

(4.1) La banque communique à ses clients et au public l'interdiction visée au paragraphe (1) par déclaration, rédigée en langage simple, clair et concis, qu'elle affiche et met à leur disposition dans celles de ses succursales et sur ceux de ses sites Web où sont offerts des produits ou services au Canada et dans tous ses points de service réglementaires au Canada.

Règlements

(4.2) Le gouverneur en conseil peut prendre des règlements définissant « point de service » pour l'application du paragraphe (4.1) et prévoyant les points de service.

Règlements

(5) Le gouverneur en conseil peut, par règlement, préciser des comportements qui constituent ou non l'exercice de pressions indues.»³⁷

C'est « la nature particulière de la relation existant entre les institutions financières et leurs clients »³⁸ qui a motivé cette modification. Durant les années 90, les consommateurs faisaient en effet connaître leur désarroi relativement aux pratiques des banques qui leur exigeaient, lorsqu'ils désiraient obtenir du crédit, qu'ils transfèrent vers la banque auprès de laquelle ils désirent obtenir du crédit certains de leurs actifs, tels que les régimes d'épargne retraite enregistrés ou encore les investissements qu'ils détenaient auprès d'autres institutions.³⁹ La modification de l'article 459.1 visait donc à mettre fin à de telles pratiques

Ce même article prévoit toutefois que la banque ou une entité du même groupe pourra offrir à un consommateur un produit ou service à des modalités plus favorables si le consommateur se procure un autre bien ou service auprès de la banque.⁴⁰ Selon les auteurs Carron et Beaupré, par l'entremise de cette nouvelle mesure sur la vente liée «le législateur établit donc un équilibre entre le droit du consommateur d'être protégé contre les sollicitations trop insistantes des banques, et le droit de ces dernières d'adopter des stratégies de vente concurrentielles»⁴¹.

Le législateur, à bon droit selon nous, fait donc une distinction entre la vente jumelée et la vente liée; c'est la coercition ou la pression induite qui fait de cette dernière une pratique interdite. On

³⁷ Article 459.1, *Loi sur les banques*, L.C. 1991, c. 46. Notons par ailleurs que le paragraphe 5 de l'article 459.1 permet au gouverneur en conseil de préciser par règlement des comportements qui constituent ou non de la pression induite. Depuis l'adoption de cette disposition, il n'y a eu aucun règlement adopté en vertu de cette disposition.

³⁸ CANADA, Ministère des finances, *L'examen de 1997 de la législation régissant les institutions financières : Propositions de modifications* (Juin 1996) p. 19. [En ligne] <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection/F2-158-1996F.pdf> (page consultée le 4 avril 2010).

³⁹ LEATHERDALE, L. « Taking on the Banks Over Tied Selling », in *The Toronto Sun*, 6 mars 1998; WHITTINGTON, Les. « Banks Accused of Coervice Selling », in *The Toronto Star*, 12 mars 1998; LEATHERDALE L. « Bank Customers Fit to be Tied », in *The Toronto Star*, 22 mars 1998.

⁴⁰ Art. 459.1, al. 2(2) et (3), *Loi sur les banques*.

⁴¹ *Op. cit.* note 35, p. 164.

comprend donc que les pressions économiques, telles que l'offre de rabais si le consommateur acquiert plusieurs services auprès de la même institution financière, ne sont pas considérées comme indues. Les législateurs étrangers qui ont aussi prévu cette distinction entre la vente liée et la vente jumelée ont toutefois, on le verra plus loin, prévu des conditions dans lesquelles cette dernière serait acceptable, en vue d'empêcher que les commerçants ne déguisent en vente jumelée leurs ventes liées.

Lors de la réforme, certains, dont le comité du caucus libéral sur les institutions financières, ont également exprimé le besoin d'assurer aux consommateurs des modes de redressements efficaces.⁴² En 2001, le gouvernement fédéral procéda à la mise sur pied de l'Agence de la consommation en matière financière (ACFC).⁴³ Cet organisme indépendant a pour mandat la supervision des institutions financières en vue de s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions législatives ayant pour but de mieux protéger les consommateurs; les inciter à adopter des politiques et procédures pour la mise en œuvre des dispositions ayant pour but la protection des consommateurs; d'assurer la mise en œuvre des codes de conduite volontaires adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts des clients, codes de conduite qui doivent être accessibles au public et de renseigner les consommateurs de leurs droits et obligations.⁴⁴

Des sanctions pénales importantes sont prévues pour une infraction à l'article 459.1 de la *Loi sur les banques*. En vertu de l'article 985, toute personne physique qui enfreint la Loi est passible d'une amende maximale de 100 000 \$ et d'un emprisonnement maximal de 5 ans. Une entité est quant à elle susceptible d'une amende maximale de 500 000 \$ sur déclaration sommaire de culpabilité ou de 5 000 000 \$ sur déclaration de culpabilité par mise en accusation. Par ailleurs, le tribunal bénéficie du pouvoir d'ordonner à l'auteur de l'infraction de se conformer aux dispositions de la Loi. Il peut également imposer une amende supplémentaire si le coupable, son époux ou conjoint de fait ou toute autre personne à sa charge a tiré des avantages financiers de l'infraction.⁴⁵ Il semble toutefois qu'il n'ait jamais eu de poursuite intentée contre une institution financière pour une infraction à l'article 459.1.

Tout comme les banques, les sociétés de fiducie et de prêts se voient-elles aussi imposer en matière d'assurance une interdiction de vente liée avec pression induite.⁴⁶

⁴² PARTI LIBÉRAL DU CANADA, *Rapport du comité du caucus sur les institutions financières (1998)*, ch. 12, recommandations 71 à 75. [En ligne] http://www.telegdi.org/Task_Force/recommandations.htm (page consultée le 31 juillet 2009).

⁴³ *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*, L.C. 2001, c. 9.

⁴⁴ Article 3, *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*, L.C. 2001, c. 9.

⁴⁵ Article 985, al. 2 et 3, *Loi sur les banques*, L.C. 1991, c. 46.

⁴⁶ *Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt*, L.C. 1991, c. 45.

2.2 LOIS PROVINCIALES : LÉGISLATION DU QUÉBEC, DE L'ONTARIO ET DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE

Bien que de manière très éparse, certaines lois provinciales prévoient des dispositions législatives ayant pour but de protéger les consommateurs des pratiques de vente liée dans certains secteurs d'activité. Dans la section qui suit, nous ferons état des mesures adoptées par certaines provinces canadiennes en vue de baliser la vente liée, soit par le biais de leurs lois provinciales de protection de consommateurs ou par celui de lois qui régissent spécifiquement des secteurs d'activités particuliers.

2.2.1 Lois provinciales de protection de consommateurs et la vente liée

Certaines dispositions des lois de protection de consommateurs ainsi que des dispositions de certaines lois régissant des domaines particuliers interdisent la vente liée dans certaines provinces. C'est sur les lois du Québec, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique que nous nous pencherons maintenant.

Comme on le verra, on retrouve une similitude dans toutes les dispositions de lois provinciales que nous analyserons : ce n'est que dans les circonstances où une pression sera exercée sur le consommateur pour l'acquisition d'un bien ou d'un service et que ce dernier se retrouve devant une absence de choix que les dispositions encadreront la vente liée. Cette distinction est fort importante, car elle permet de comprendre pourquoi les bouquets de services ne constituent pas de la vente liée et ne sont pas interdits.

Nous omettons dans la présente section les dispositions applicables en matière d'assurance contenues dans les lois spécifiques portant uniquement sur l'assurance. Ces dispositions seront traitées dans une section subséquente.

a) Le Québec : La Loi sur la protection du consommateur et la réglementation de secteurs particuliers.

Il n'existe pas dans la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC) du Québec de disposition générale interdisant la vente liée dans tous les contrats de consommation. Par contre, la conclusion de contrats accessoires dans le cadre d'un contrat de louage de services à exécution successive est encadrée à la section VI du Titre I de la LPC. L'article 206 interdit au commerçant de «soumettre la conclusion ou l'exécution du contrat principal à la conclusion d'un autre contrat entre lui et le consommateur». ⁴⁷ Le commerçant ne pourra donc, pour reprendre l'exemple utilisé par Claude Masse dans son analyse de la Loi, imposer au consommateur «l'achat de matériel ou d'équipement pouvant servir dans le cadre de l'exécution du contrat principal» ⁴⁸ si ce dernier en est un de louage de services à exécution successive. S'il s'avère nécessaire pour le consommateur de se procurer du matériel ou de l'équipement pour profiter des services à exécution successive qui font l'objet du contrat, il devra avoir entière liberté de se les procurer auprès d'un commerçant qui lui convient, à des conditions qui pourront ainsi lui être plus favorables. On remarquera que, comme dans la *Loi sur la concurrence*, c'est la coercition et l'absence de choix pour le consommateur qui sont pris en compte pour définir s'il y

⁴⁷ Art. 206, *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., c. P-40.1

⁴⁸ MASSE, C. *Loi sur la protection du consommateur : Analyse et commentaires*, Cowansville, Canada, les Éditions Yvon Blais, 1999, p. 816.

a vente liée, soit le fait pour le commerçant de forcer le consommateur à conclure un contrat secondaire avec lui pour pouvoir conclure le contrat principal et bénéficier du service. Cette disposition n'a donc pas pour effet d'interdire au commerçant d'offrir un rabais au consommateur qui accepterait librement de conclure un contrat secondaire.

On rappellera que cette disposition ne s'applique qu'aux contrats de louage de service à exécution successive ; les commerçants restent donc, jusqu'à un certain point, libres d'utiliser la vente liée dans les autres types de contrats qu'ils sont susceptibles de proposer aux consommateurs.

Il existe cependant une autre disposition dans la LPC qui prévient la pratique de la vente liée dans un autre type de contrats, soit les contrats de crédit, et ce, pour un type de contrat secondaire spécifique, l'assurance. L'article 111 prévoit en effet l'interdiction pour un commerçant de refuser «de conclure un contrat de crédit avec un consommateur pour le motif que ce dernier ne souscrit pas, par son entremise, une police d'assurance individuelle ou n'adhère pas, par son entremise, à une police d'assurance collective»⁴⁹. Il n'est pas pour autant interdit au prêteur d'exiger que l'emprunteur soit assuré ; l'article 112 précise toutefois que, si la souscription à une assurance est une condition à la conclusion du contrat de crédit, le consommateur pourra remplir cette condition en maintenant une assurance qu'il détient déjà.⁵⁰

Dans l'éventualité où le consommateur québécois se trouverait victime d'une pratique de vente liée interdite en vertu des articles 111 et 206, il peut faire usage des recours civils prévus à la LPC, qui pourront lui permettre de demander l'annulation du contrat, la réduction de son obligation, des dommages-intérêts et, le cas échéant, des dommages-intérêts punitifs⁵¹.

Comme peut être reconnue coupable d'une infraction pénale toute personne qui contrevient à la LPC⁵², une plainte pourra aussi être déposée auprès de l'Office de la protection du consommateur, l'organisme chargé de l'application de la Loi. Étant donné l'interdiction de vente liée contenue aux articles 111 et 206, une contravention à ces dispositions pourra donner lieu à une amende de 300 à 6 000 \$ pour une personne physique et à une amende variant de 1000 à 40 000 \$ pour une personne morale.⁵³

Enfin, la *Loi sur la distribution de produits et services financiers* régit les acteurs du domaine de l'assurance au Québec. L'article 18 interdit à un représentant⁵⁴ « [d'] assujettir la conclusion

⁴⁹ Art. 555, *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., c. P-40.1.

⁵⁰ Il est toutefois important de noter que ce ne sont pas tous les consommateurs du Québec partie à un contrat de crédit qui bénéficient de cette mesure de protection. Selon l'auteur Claude Masse, l'article 111 est une mesure adoptée afin de mettre fin à une pratique remarquée surtout chez le Mouvement Desjardins qui «obligeait les débiteurs à prendre, par l'intermédiaire du pourvoyeur de crédit, une couverture d'assurance auprès d'un assureur désigné par le créancier alors que sa protection pouvait déjà être largement suffisante pour assurer, par exemple, sa vie, sa santé ou ses biens » *Op. cit.* note 48, p. 555.

Cependant, pour des raisons qui nous semblent injustifiées, l'article 14 du *Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur* prévoit en effet qu'est «exemptée de l'application des articles 111 et 112 de la Loi, une caisse d'épargne et de crédit régie par la *Loi sur les caisses d'épargne et de crédit*»⁵⁰, soient les Caisses Desjardins.

⁵¹ Art. 272, *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., c. P-40.1

⁵² Art. 277, *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., c. P-40.1

⁵³ Art. 279, *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q., c. P-40.1.

⁵⁴ À l'article 1 la loi définit comme « représentant » le représentant en assurance, l'expert en sinistre et le planificateur financier.

d'un contrat à l'obligation pour le client de conclure un contrat d'assurance ». L'interdiction est donc ici plus sévère que celle de la LPC qui concerne les prêts, qui n'interdit pas que cette condition soit imposée au contrat, mais interdit plutôt que le consommateur soit obligé de contracter une assurance selon les paramètres imposés par l'institution financière alors que le consommateur détient déjà une assurance. Y est également prévue une interdiction pour le représentant de faire usage de pression induue ou de faire usage de manœuvres dolosives pour pousser le client à acquérir un produit ou un service financier.⁵⁵ Cette disposition, qui trouve application pour le contrat principal, trouverait aussi, bien entendu, application pour un contrat secondaire. Elle aurait donc pour effet, pratiquement d'interdire en matière d'assurances la vente liée, soit la coercition en vue de lier un contrat secondaire au principal.

Le consommateur qui serait victime de la pratique interdite à l'article 18 de la *Loi sur la distribution de produits et de services financiers* bénéficie d'une faculté de résolution de 10 jours après la signature du contrat auquel était conditionnelle l'obtention du contrat principal.⁵⁶

b) L'Ontario : Réglementation de secteurs particuliers

Comme c'est le cas au Québec, la loi ontarienne de protection du consommateur prévoit une interdiction faite au prêteur d'imposer à un emprunteur comme condition à la conclusion d'une convention de crédit, que soit contractée une police d'assurance auprès du prêteur lui-même ou auprès d'un agent qui serait imposé par le prêteur. L'article 72 de la *Loi de 2002 sur la protection du consommateur* prévoit ce qui suit :

«72. (1) L'emprunteur qui est tenu, aux termes d'une convention de crédit, de souscrire une assurance peut le faire [auprès] de tout assureur qui peut légitimement fournir ce genre d'assurance; le prêteur peut toutefois se réserver le droit de refuser, pour des motifs raisonnables, l'assureur choisi par l'emprunteur.

Divulgarion par le prêteur

(2) Le prêteur qui offre de procurer ou de faire procurer l'assurance exigée par une convention de crédit déclare à l'emprunteur par écrit, au même moment, qu'il peut souscrire l'assurance par l'intermédiaire de l'agent ou de l'assureur de son choix.»

Bien que l'interdiction de la pratique ne soit pas établie aussi clairement par la disposition ontarienne qu'elle ne l'est par la disposition québécoise correspondante, la disposition ontarienne entraîne des effets forts similaires en affirmant le droit de l'emprunteur de choisir son assureur et en obligeant le prêteur, à l'alinéa 2, de divulguer à l'emprunteur qu'il dispose de ce droit. Le consommateur ontarien bénéficie également du droit d'annuler tout contrat facultatif conclu avec le prêteur ou une personne qui lui est associée, et ce, dans les 30 jours qui suivent la signature du contrat.⁵⁷

Une disposition de la *Loi de 2002 sur les services funéraires et les services d'enterrement et de crémation* établit clairement à son article 38.1 une interdiction (sauf dans certaines circonstances) de vente liée : «comme condition de vente de fournitures ou de services autorisés énoncée ou non dans un contrat, nul exploitant ne doit, si ce n'est dans les circonstances prescrites, exiger que l'acquéreur acquière également de lui ou d'une personne

⁵⁵ Art. 18(2), *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, L.R.Q., c. D-9.2.

⁵⁶ Art. 20, *Loi sur la distribution de produits et services financiers*, L.R.Q., c. D-9.2.

⁵⁷ Art. 73, *Loi de 2002 sur la protection du consommateur*, L.O. 2002, c.30, ann. A.

qu'il précise d'autres fournitures ou d'autres services». ⁵⁸. Cette loi n'est toutefois pas encore en vigueur. Pour ce qui est des « circonstances prescrites », les orientations réglementaires de 2004 prévoyaient notamment de lever l'interdiction pour l'exploitant d'imposer l'acquisition de bien et de services auprès de lui-même ou d'un fournisseur désigné si, par exemple, le consommateur concluait un contrat pour la location d'un véhicule qui exige un chauffeur; le commerçant pourrait alors lui imposer d'utiliser le service de chauffeur qu'il désignerait. De même, le consommateur qui conclut un contrat pour l'utilisation des installations de l'exploitant aurait pu être forcé par le commerçant d'utiliser les services offerts par son personnel. ⁵⁹

c) La Colombie-Britannique et protection du consommateur

Similairement au Québec et en Ontario, la Colombie-Britannique a adopté dans le *Business Practices and Consumer Protection Act* une disposition concernant les ventes liées d'assurance dans le cadre des contrats de crédit. L'article 71 de cette loi prévoit, dans des termes très semblables à ceux que l'on retrouve dans la loi ontarienne :

«71 (1) A borrower who is required by a credit grantor to purchase insurance may purchase it from any insurer authorized to provide that type of insurance in British Columbia, except that the credit grantor may reserve the right to disapprove, on reasonable grounds, an insurer selected by the borrower.

*(2) A credit grantor who offers to provide or to arrange insurance referred to in subsection (1) must clearly disclose to the borrower in writing, at the time of that offer, that the borrower may, subject to subsection (1), purchase the required insurance through an insurance agent and insurer of the borrower's choice.»*⁶⁰

Comme la loi ontarienne, la *Business Practices and Consumer Protection Act* prévoit aussi, à son article 73, le droit pour le consommateur, dans les 30 jours de la conclusion d'un contrat accessoire fourni par le créancier ou une personne associée, d'annuler ce contrat sans frais autre que ceux qui couvriraient les services offerts jusqu'à la date d'annulation.

Les trois provinces étudiées énoncent donc explicitement le droit de l'emprunteur de choisir l'assureur auprès de qui il décide de contracter l'assurance qui serait exigée par le prêteur. Ce qui, rappelons-le, n'empêche pas le prêteur de faire au consommateur une offre d'assurance alléchante. Ce qui n'évite pas non plus l'attrait que peut présenter pour le consommateur le fait que le prêteur puisse lui procurer lui-même l'assurance qu'il sera obligé de contracter de toute façon, avec le prêteur ou ailleurs, lui évitant ainsi les démarches qu'il pourrait avoir à entreprendre et, éventuellement, le délai que cela pourrait entraîner pour la conclusion du contrat de prêt. Les dispositions des lois d'Ontario et de Colombie-Britannique qui donnent au consommateur le droit d'annuler ce contrat accessoire qu'il aurait pu être tenté de conclure sont donc bienvenues.

⁵⁸ Art. 38.1, *Loi de 2002 sur les services funéraires et les services d'enterrement et de crémation*, L.O. 2002, c. 33.

⁵⁹ MINISTRY OF CONSUMER AND BUSINESS SERVICES, *Draft Regulation under the Funeral, Burial and Cremation Services Act, 2002*, Ontario, Canada, Queen's Printer for Ontario, 2004, à la p. 13. [En ligne]

<http://www.mgs.gov.on.ca/stdprodconsume/groups/content/@mgs/@aboutmin/documents/resourcelist/053007.pdf> (page consultée le 10 avril 2010).

⁶⁰ Article 71, *Business Practices and Consumer Protection Act*, S.B.C. 2004, c. 2.

Notons qu'il est curieux que la loi du Québec n'exige pas explicitement du prêteur qu'il avise le consommateur de son droit de se procurer auprès de l'assureur de son choix l'assurance qui pourrait être obligatoire en vertu du contrat de prêt. La divulgation obligatoire ne vise en effet que le droit du consommateur de remplir la condition avec une assurance qu'il détient déjà. Les lois de l'Ontario et de la Colombie-Britannique sont plus complètes, en ce qu'elles exigent du prêteur qu'il informe le consommateur de son droit de choisir son assureur dès le moment où il lui propose une telle assurance.

Il existe cependant un autre secteur d'activité que les provinces de *Common Law* du Canada ont jugé nécessaire de réglementer de manière particulière. Il s'agit du domaine des prêts sur salaire.

2.2.2 Autres mesures législatives

a) «Payday Loans Regulations» et la vente liée

Au courant des années 2000, les provinces anglophones du Canada décidèrent de réglementer le marché des prêts sur salaire, dont la popularité était de plus en plus grande. Les effets négatifs de cette forme de crédit sur les consommateurs étant fort importants, la majorité des provinces ont en effet adopté des dispositions législatives en vue de mieux encadrer les pratiques des prêteurs sur salaire.⁶¹ Parmi les mesures mises de l'avant afin de mieux protéger les consommateurs parties à un contrat de prêt sur salaire, nous retrouvons les dispositions qui interdisent au prêteur de lier l'octroi du prêt à l'acquisition par l'emprunteur d'autres biens et services auprès du prêteur. Les consommateurs qui désiraient obtenir des prêts sur salaire se voyaient en effet souvent contraints de procéder à l'achat d'autres services et biens auprès du prêteur, tels que de contrats d'assurance ou des services d'encaissement de chèques.

La grande majorité des provinces canadiennes réglementent donc maintenant la vente liée dans le domaine des prêts sur salaire. La Colombie-Britannique et l'Ontario ont adopté en 2009 des dispositions qui régissent spécifiquement la vente liée dans de tels contrats. Premièrement, l'article 112.08(1)i) du *Business Practice and Consumer Protection Act* de la Colombie-Britannique interdit au prêteur de demander ou d'exiger que l'emprunteur assure le prêt.⁶² Le règlement sur les prêts sur salaire s'attaque de manière plus particulière à la vente liée. L'article 19 fait en sorte que le fait pour le prêteur de rendre conditionnel à l'acquisition d'autres biens et services l'octroi d'un prêt sur salaire est maintenant une pratique interdite.⁶³

⁶¹ Canadian Payday Loan Association, *Press Releases for 2009*, [En ligne] <http://www.cpla-acps.ca/english/mediareleases.php>, (page consultée le 12 avril 2010).

Voir : Alberta : *Payday Loans Regulations*, Alberta Reg. 157/2009, section 12; Manitoba: *Loi sur la protection du consommateur*, C.P.L.M. c. 200, article 154.2; Saskatchewan : *The Payday Loans Act*, S.S. 2007, section 29 (Assented on May 17th 2007 and awaiting royal proclamation to come into effect); Nova-Scotia : *Bill 87 : An Act to Amend the Consumer Protection Act*, (Enacted November 2006, not yet proclaimed); Nouveau-Brunswick : *Bill 4 : An Act Respecting Payday Loans*, section 37.33 (Enacted April 2008, not yet proclaimed).

⁶² Art. 112.08(1)i), *Business Practices and Consumer Protection Act*, S.B.C. 2004, c. 2.

⁶³ Article 19, *Payday Loans Regulation*, B.C. Reg. 57/2009.

De même, l'Ontario encadre de manière particulière les contrats de prêts sur salaire par le biais du *Règlement général sur les prêts sur salaire*. Le *Règlement de l'Ontario 98/09* prévoit que «le prêteur ne doit pas exiger que l'emprunteur négocie un bien ou un service, si ce n'est un prêt sur salaire, comme condition préalable à la conclusion d'une convention de prêt sur salaire»⁶⁴, empêchant ainsi que l'emprunteur se trouve obligé de procéder à l'achat d'autres biens et services afin d'obtenir le prêt.

Au Québec ce sont les dispositions générales qui portent sur le crédit (LPC, articles 66 à 114) qui régissent le contrat de prêt sur salaire, qui est un contrat de prêt d'argent. Enfin les articles applicables aux contrats de prêt d'argent, les articles 115 à 117 s'appliqueront également au contrat de prêt sur salaire. En conséquence, l'article 111, qui s'applique à tous les contrats de crédit en matière de vente liée d'assurance, s'appliquera également aux contrats de prêts sur salaire conclus au Québec.

La Loi du Québec est donc beaucoup moins restrictive que celles des autres provinces. Les ventes liées d'assurance étaient déjà couvertes aussi par les lois d'Ontario et de Colombie-Britannique. Ces provinces ont toutefois jugé bon, en matière de prêt sur salaire, d'interdire toute forme de vente liée. L'absence de législation spécifique au Québec pourrait s'expliquer par le fait que le contexte n'est pas le même au Québec. Les prêteurs sur salaire sont beaucoup moins présents au Québec que dans le reste du Canada. Les critères québécois pour l'octroi des permis étant beaucoup plus stricts au Québec expliquent qu'on ne retrouve que très peu de ce genre de commerce au Québec. À titre d'exemple l'article 325(b) de la *Loi sur la protection du consommateur*, le président peut refuser de délivrer un permis «s'il existe des motifs raisonnables de croire que ce refus est nécessaire pour assurer, dans l'intérêt du public, l'exercice honnête et compétent des activités commerciales»⁶⁵. Il appert que les taux d'intérêt pharamineux des prêteurs sur salaire justifieraient un refus de délivrer un permis par l'Office de la protection du consommateur. L'absence de ces prêteurs sur salaire sur le territoire québécois pourrait justifier que le législateur n'ait pas jugé bon d'intervenir plus spécifiquement sur ce type de commerce.

Il est clair que la réglementation de la vente liée au Canada est faite par les provinces de manière très éparse. Les secteurs réglementés et les mesures adoptées varient d'une province à l'autre. Bon nombre de contrats de consommation échappent donc, sur le plan de la protection du consommateur, à la réglementation sur la pratique de la vente liée. Avant de mesurer l'efficacité des mesures adoptées dans les provinces canadiennes, nous proposons de faire une analyse des approches privilégiées dans les juridictions étrangères en matière de vente liée.

⁶⁴ Article 27(2), *Règlement de l'Ontario 98/09*.

⁶⁵ Art.325(b), *Loi sur la protection du consommateur*, L.R.Q, c. P-40.1.

2.3 JURIDICTIONS ÉTRANGÈRES : LES ÉTATS-UNIS ET L'EUROPE

2.3.1 Réglementation américaine

Comme le Canada, les États-Unis réglementent la vente liée par le biais des lois sur la concurrence. Cette pratique est visée tant par la législation fédérale que par celle des états. Bon nombre des lois *Antitrust* des États américains comportent des dispositions sur la vente liée.⁶⁶ Étant donné que les dispositions des lois *Antitrust* des États sont un reflet de la loi fédérale, le *Sherman Antitrust Act*, nous ne nous attarderons dans la présente section qu'aux dispositions de loi fédérales.

Trois lois principales régissent la concurrence aux États-Unis : le *Sherman Antitrust Act*, 15 U.S.C. §§ 1-7, le *Federal Trade Commission Act*, 15 U.S.C. §§ 41-58, et le *Clayton Antitrust Act*, 15 U.S.C. §§ 12-27. Ces lois sont en effet la codification des règles de la *Common Law* et de l'interprétation développée par la jurisprudence américaine. Pour son initiateur, le sénateur républicain John Sherman, qui désirait restreindre le pouvoir de certaines entreprises, quasi-monopoles constituées en *trusts* (notamment, la Standard Oil), le rôle premier du *Sherman Antitrust Act* était de « federalize the common law of restraint of trade, with the innovation of mechanisms for third-party enforcement. »⁶⁷ Loi fondatrice du droit de la concurrence moderne aux États-Unis, le *Sherman Antitrust Act*, adopté en 1890, permet d'attaquer la vente liée en vertu de sa section 1 (*Trusts, etc., restraint of trade illegal; penalty*) ou de sa section 2 (*felony of trade monopolization*), tandis que le *Clayton Antitrust Act*, adopté en 1914, permet de le faire en vertu de sa section 3 :

“ Sale, etc., on agreement not to use goods of competitor

*It shall be unlawful for any person engaged in commerce, in the course of such commerce, to lease or make a sale or contract for sale of goods, wares, merchandise, machinery, supplies, or other commodities, whether patented or unpatented, for use, consumption, or resale within the United States or any Territory thereof or the District of Columbia or any insular possession or other place under the jurisdiction of the United States, or fix a price charged therefor, or discount from, or rebate upon, such price, on the condition, agreement, or understanding that the lessee or purchaser thereof shall not use or deal in the goods, wares, merchandise, machinery, supplies, or other commodities of a competitor or competitors of the lessor or seller, where the effect of such lease, sale, or contract for sale or such condition, agreement, or understanding may be to substantially lessen competition or tend to create a monopoly in any line of commerce.”*⁶⁸

⁶⁶ Voir Californie: *Cartwright Act*, Cal. Bus. & Prof. Code §§ 16720 and 16726; Arizona: A.R.S. § 44-1402; Floride: *Florida Antitrust Act of 1980*, § 542.18, Florida Statutes; Delaware: 6 Del. C. § 2103; Indiana: *IC 24-1-2-1*. Notons par ailleurs, que les décisions fédérales qui interprètent le *Sherman Act* fédéral sont également applicables à l'interprétation des lois *antitrust* des états américains : Voir. *Mobile Magic*, 96 Cal. App. 3d at 10 (California); *Hackett v. Metropolitan General Hospital* (1985) 465 So. 2d 1246, 1254 (Florida); *Wedgewood Investment Corp. v. International Harvester Company* (1979) 126 Ariz. 157, 160 (Arizona).

⁶⁷ TREBILCOCK, Michael et al. *The Law and Economics of Canadian Competition Policy*, Toronto, Canada, University of Toronto Press, 2003, p. 6

⁶⁸ *Clayton Antitrust Act*, 15 U.S.C. § 14

Bien que le *Federal Trade Commission Act* soit, selon la *Federal Trade Commission*, surtout axé sur l'interdiction de la concurrence déloyale⁶⁹, la Cour suprême a déjà déclaré que toute violation au *Sherman Antitrust Act* constitue une violation au *Federal Trade Commission Act*.⁷⁰ Une pratique s'assimilant à de la vente liée peut malgré tout être contestée en vertu de la section 5 de la *Federal Trade Commission Act* (*Unfair methods of competition unlawful*).

Précisions qu'aucune de ces dispositions ne mentionne de manière explicite l'interdiction de la vente liée. Toutefois, en vertu de ces articles, toute pratique qui a pour effet de restreindre le commerce ou toute pratique qui vise à monopoliser un marché est répréhensible, et ce, pour chacune de ces trois lois fédérales. Tout comme dans le cas de la *Loi sur la concurrence canadienne*, il n'est pas ici question de protection de consommateurs, mais bien de concurrence. Les autorités pourront ainsi intervenir, comme c'est le cas au Canada, si la preuve est faite que ces agissements ont un effet, réel ou prévisible, sur le marché.

Les tribunaux américains ont, pendant longtemps, jugé les cas de vente liée comme étant illégaux de par leur nature même (*per se standard*)⁷¹ et contraires aux sections 1 et 2 du *Sherman Antitrust Act* et à la section 3 du *Clayton Antitrust Act*. La règle du *per se* adoptée par les américains⁷² diffère de la règle du *rule of reason* favorisée par les tribunaux canadiens. En 1984, la Cour suprême des États-Unis a modifié la règle du *per se* dans la décision *Jefferson Parish Hospital District vs. Hyde*. Cet arrêt, qui introduit une analyse *per se* modifiée, sera désormais la référence en matière de vente liée.

Dans cette affaire, l'hôpital avait un contrat avec une firme d'anesthésistes; les patients utilisateurs des salles d'opération étaient dans l'obligation de procéder à l'achat des services d'anesthésie choisis par l'hôpital, et l'hôpital ne permettait pas aux anesthésistes qui ne provenaient pas de la firme avec laquelle il avait un contrat de travailler au sein du personnel de l'hôpital Jefferson Parish.

La Cour suprême des États-Unis déclare qu'afin d'arriver à la conclusion qu'une vente liée est illégale en vertu de la règle du *per se*, le demandeur doit faire la preuve des éléments suivants : (1) le défendeur détient suffisamment de pouvoir sur le marché pour forcer les acheteurs à acquérir le produit lié; (2) les produits qui seraient liés sont deux produits séparés, en ce qu'ils sont vendus sur deux marchés différents; (3) la vente liée a eu pour effet de réduire de manière substantielle la concurrence sur le marché en ayant des effets anticoncurrentiels⁷³. Alors qu'auparavant la vente liée était illégale de par sa nature même, la Cour nécessitera dorénavant que la partie demanderesse démontre que, vu ses effets sur la concurrence, la pratique qualifiée de vente liée doit être déclarée illégale (*rule of reason*).

Afin de déterminer qu'il y a vente liée, il faut en premier lieu faire la preuve que le commerçant détient un certain pouvoir dans le marché. Ce pouvoir doit s'avérer suffisant pour que le consommateur soit pratiquement forcé de procéder à l'achat du produit lié. Dans l'arrêt *Jefferson Parish*, la Cour établit que l'analyse doit porter sur la question suivante : «whether the

⁶⁹ *Federal Trade Commission Act*, 15 U.S.C. § 41-58.

⁷⁰ *Federal Trade Commission*, « An FTC Guide to The Antitrust Laws: Three Core Federal Antitrust Laws », [En ligne] http://www.ftc.gov/bc/antitrust/factsheets/FactSheet_AntiTrust.pdf, p.1 (page consultée le 10 avril 2010).

⁷¹ *Op. cit.*, note 17, p. 346.

⁷² La première déclaration de la règle du *per se* remonte à 1947 : *International Salt Co. V. United States*, 332 U.S. 392, 3332 U.S. 396 (1947).

⁷³ *Jefferson Parish Hospital District v. Hyde*, 466 U.S. 2 à la p.16 [Arrêt *Jefferson Parish*].

supplier has some special ability to force buyers to purchase the tied good, or stated another way, to do something that he could not do in a competitive market ». ⁷⁴ Dans cette cause, la Cour arrive la conclusion que l'hôpital ne détient pas le pouvoir suffisant, puisque 70 % des patients de la région avaient recours aux services d'autres hôpitaux. Cependant, même en l'absence d'un pouvoir suffisant sur le marché, en vertu de la jurisprudence américaine, un tribunal pourra tout de même considérée que ce critère est rempli si le commerçant détient un pouvoir économique important étant donné le fait que le produit clef est très désiré des consommateurs ou qu'il comporte des attributs uniques. ⁷⁵

Le test américain exige également la démonstration que la vente liée a eu pour effet de restreindre substantiellement le commerce dans le marché du produit clé. ⁷⁶ Selon l'auteur Brian Facey, il n'est pas clair dans la jurisprudence américaine si cette analyse de la réduction substantielle du commerce doit porter sur le montant en dollars. Cependant, l'analyse du volume des ventes ne doit pas se limiter au volume des ventes de la partie demanderesse, mais plutôt du volume de ventes à l'ensemble des acheteurs. ⁷⁷

Le deuxième élément de preuve qui est exigé consiste en la démonstration qu'il s'agit bien de deux produits distincts. La jurisprudence américaine favorise une approche baptisée le « preferred two products test ». Afin que les produits soient considérés comme étant distincts l'un de l'autre, « the question is whether there is sufficient consumer demand so that it would be considered efficient for a business to offer them separately » ⁷⁸. La cause américaine la plus célèbre concernant le caractère distinct des produits dans un cas de vente liée est certainement l'arrêt *Microsoft*. L'entreprise est poursuivie relativement à sa pratique qui consiste à offrir systématiquement en bouquet (*bundle*) Internet Explorer avec le système d'exploitation Windows. Cette décision remet en question la possibilité de faire usage de l'analyse adoptée dans l'arrêt *Jefferson Parish* afin d'analyser les cas plus sophistiqués tels que les produits intégrés comme les logiciels. Il s'agit de circonstances où il peut être difficile pour des motifs liés à la technologie, de distinguer s'il s'agit de deux produits séparés ou connexes.

Le cas *Microsoft* portait tant sur une question de monopolisation en vertu de la section 2 du *Sherman Antitrust Act* que sur une question de vente liée en vertu de la section 1 de la même loi. Bien que la Cour de circuit ait refusé d'analyser les allégations de vente liée sous l'égide de l'article 1, la Cour d'appel note qu'il y a chevauchement entre la vente liée illégale en vertu des articles 1 et 2 du *Sherman Antitrust Act*. ⁷⁹ Le test de la section 1 de la loi aurait pour but la démonstration que les effets négatifs de la vente liée l'emportent sur ses bénéfiques. En vertu de la section 2, l'analyse porterait plutôt sur les effets ⁸⁰ sur la concurrence tant dans le marché des logiciels d'exploration Internet que dans le marché des systèmes d'exploitation. En vertu de l'analyse sous la section 2, la Cour d'appel arrive à la conclusion que la vente liée pratiquée par Microsoft est en effet illégale.

Finalement, le test américain exigera dans tous les cas la preuve d'effets anticoncurrentiels sur le marché. Pour déclarer qu'une vente liée est illégale, en plus de la preuve que le fournisseur

⁷⁴ *Op. cit.*, note 17, p. 352.

⁷⁵ *United States c. Lowe's Inc.* 371 U.S. 38 (S.Ct. 1962).

⁷⁶ *Jefferson Parish*, à la p. 16.

⁷⁷ KAISER, G., *Reviewable Marketing Practices: The New Jurisdiction of the Restrictive Trade Practices Commission*.

⁷⁸ *Op. cit.*, note 17, p. 347.

⁷⁹ *Op. cit.*, note 17, p. 349.

⁸⁰ *United States v. Microsoft Corp.*, 253 F. 3d 34 (U.S. App. D.C. 2001), à la p. 59.

détient un pouvoir suffisant sur le marché pour affecter le marché du produit lié⁸¹, il faudra bien sûr également qu'il soit démontré que le fournisseur ait fait usage de pression ou de coercition pour forcer l'acquisition du produit lié.⁸²

La jurisprudence américaine a développé les mêmes exceptions au pouvoir d'intervention relativement à la vente liée qu'au Canada, soit les exceptions technologiques et l'exception d'affiliation. L'exception technologique fut débattue dans la cause *Microsoft*. Au cours des dernières années, l'applicabilité de la règle du *per se* aux dossiers de vente liée de technologies telles que les logiciels s'est posée aux États-Unis. Dans la cause *Microsoft*, la Cour de circuit du district de Columbia (New York) mettait en garde contre le fait que l'approche simpliste du *per se* risquait des effets négatifs importants et qu'il serait plus prudent d'appliquer la *rule of reason* qui exige la preuve de certains éléments. Du point de vue du Tribunal, il est donc nécessaire de faire la preuve que le fait de rattacher les deux produits constituait une pratique visant à lier la vente de ces deux produits et qu'elle n'avait pas pour but premier d'accroître les résultats technologiques pour les rendre plus bénéfiques.⁸³

Tout comme au Canada, l'exception d'affiliation aux États-Unis s'applique surtout aux franchises. La cause clef en la matière est l'affaire *Siegel v. Chicken Delight*. Le franchiseur imposait aux franchisés l'acquisition des équipements de cuisson et l'achat du mélange sec pour la cuisson du poulet afin de pouvoir obtenir le droit de faire usage de la marque de commerce.⁸⁴ La Cour de circuit arrive à la conclusion que la marque de commerce «*Chicken Delight*» était un produit distinct des autres produits dont l'achat été imposé par le franchiseur. De plus, le fait que le contrat de franchise exigeait que le franchisé achète des biens et services du franchiseur ou d'un fournisseur qu'il désignait constituait une vente liée illégale, étant donné qu'il existait des moyens moins contraignants qui auraient permis au franchiseur de protéger sa marque de commerce. Les Tribunaux américains ont également développé une doctrine dite de «*individual coercion*» : ce n'est que le fait de faire usage de méthodes de vente coercitives pour forcer une vente liée qui rendrait cette pratique illégale dans une relation entre un franchiseur et un franchisé. Si le franchisé l'accepte volontairement, la vente liée est légale.

Outre les mesures des lois *antitrust*, d'application générale, les Américains ont mis en place une réglementation particulière visant les ventes liées effectuées par les institutions financières. Instaurée en 1970, la section 106 du *Bank Holding Act of 1956 (12 U.S.C. § 1841 et seq.)* a pour but de protéger les consommateurs américains contre les pratiques anticoncurrentielles des banques. Au paragraphe b) de la section 106, la loi interdit aux banques d'imposer comme condition ou pré requis au consommateur, lors de l'octroi de crédit ou de la vente ou location d'une propriété, qu'il se procure du crédit additionnel ou qu'il procède à un achat ou à une location de propriété additionnels auprès de la banque ou d'une de ses filiales. La loi interdit de plus d'offrir, lors de l'octroi des services mentionnés ci-haut, des conditions plus favorables au consommateur qui accepterait de conclure un contrat additionnel. La loi prévoit que certaines exceptions à cette prohibition pourront permettre les pratiques de vente liée. Certaines de ces exceptions pourront être déterminées par le *Federal Reserve Board*, en vertu de l'article 160, alinéa 2, qui prévoit qu'il pourra «*by regulation or order permit such exceptions to the foregoing prohibition and the prohibitions of section 4(f)(9) and 4(h)(2) of the Bank Holding Company Act of 1956 as it considers will not be contrary to the purposes of this section.*» La loi prévoit d'autre part des exceptions précises à l'article 225.7.

⁸¹ *Op. cit.*, note 17, p. 351.

⁸² *Jefferson Parish*, à la p. 14.

⁸³ *Op. cit.*, note 17, p. 356.

⁸⁴ *Siegel v. Chicken Delight Inc.*, 448F. 2d 43.

Nous y retrouvons notamment une exception nommée « *safe harbour for combined balance discount* »⁸⁵, qui permet aux banques d'exiger du consommateur qu'il maintienne un solde minimum dans ses comptes afin de bénéficier de certains avantages. Bien entendu, certaines autres conditions doivent être présentes afin que la banque puisse lier la vente de certains de ces produits, et ce, afin de protéger les consommateurs contre certains abus possibles.

Comme nous le voyons, les pays nord-américains ont opté pour la réglementation de la vente liée soit par l'entremise des lois sur la concurrence ou en régissant des domaines très spécifiques. Qu'en est-il des contrats de consommation qui ne font pas partie des domaines réglementés ou des cas où la vente liée, sans affecter le marché, affecterait tout de même le consommateur ? Les pays européens, et plus particulièrement la France, ont choisi, comme nous le verrons maintenant, un mode de réglementation différent, qui favorise, en matière de vente liée, la protection du consommateur pour l'ensemble des contrats de consommation.

2.3.2 Réglementation européenne

Les cas de consommation concernant la vente liée en Europe font plus souvent les manchettes qu'en Amérique du Nord⁸⁶. Particuliers et associations de consommateurs n'ont pas froid aux yeux quand il s'agit de s'attaquer à des multinationales afin de faire déclarer illégale une pratique commerciale qui constituerait de la vente liée⁸⁷. Serait-ce le choix fait par les Européens de réglementer la vente liée par l'adoption de dispositions d'application générale, intégrées dans leurs lois sur la protection de consommateur, qui rendrait les recours plus faciles et les tribunaux plus accessibles pour traiter ce type de dossier ?

La communauté européenne a prévu la réglementation de la vente liée par l'entremise de la *Directive 2005/29/CE du Parlement Européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans les marchés intérieurs*. Cette directive a pour but d'harmoniser la législation des États membres régissant les pratiques commerciales déloyales, et ce, afin de faciliter les échanges commerciaux transfrontaliers et de favoriser l'effervescence des marchés intérieurs.⁸⁸ Elle a également pour objectif de «protéger les intérêts économiques des consommateurs contre les

⁸⁵ Art. 255.7, al. 2, *Bank Holding Act of 1956*, 12 U.S.C.

⁸⁶ SOUFRON, J.-B. *HP condamné à rembourser un Microsoft Windows en Italie*, sur le site ZDnet.fr, France, 29 octobre 2007, [En ligne] <http://www.zdnet.fr/blogs/ils-ont-bloque/hp-condamne-a-rembourser-un-microsoft-windows-en-italie-39601464.htm> (page consultée le 20 avril 2010); ROBIN A. *La fin des ventes liées en Europe?*, sur le site www.indexel.net, France, le 11 mars 2009, [En ligne] <http://www.indexel.net/actualites/la-fin-des-ventes-liees-en-europe-2845.html> (page consultée le 5 août 2009).

⁸⁷ Voir par exemple : *Arrêt VTB-VAB NV/Total Belgium NV et Galatea BVBA/Sanoma Magazines Belgium NV* (CJCE, 23 avril 2009); *Commission c. Microsoft* (TPICJCE, 17 Septembre 2007); *UFC c. Auchan* (TGI-Bobigny, 15 mai 2009); *Proc. c. Dell* (TGI-Montpellier, 17 juin 2008); *Proc. c. Dell* (TGI-Montpellier, mai 2009) Appel rejeté; *UFC c. Darty* (TGI-Paris, 24 juin 2008) et ordonnance (18 juillet 2008); *Cresp c. Asus*, Rennes, (6 juillet 2006); *Arrêt Cresp* (CC Civ, 5 juin 2008) Pourvoi rejeté; *T. c. MSI* (Metz, 12 novembre 2009); *Magnien c. Asus* (Lorient, 27 août 2009).

Notons également que dans certaines circonstances, les commerçants arrivent à une entente l'amiable avant que la cause ne soit entendue par les tribunaux européens : Voir *Baratte c. MSI* (Annecy, 18 janvier 2010); *W. c. Acer* (Gonesse, 19 novembre 2009); *Magnien c. Asus* (Lorient, 12 novembre 2009); *Hengy c. Dell* (août 2008).

⁸⁸ Article premier, *Directive 2005/29/CE*.

pratiques commerciales déloyales»⁸⁹. La *Directive 2005/29/CE* comporte à son annexe 1 une liste de trente (30) pratiques réputées déloyales en toutes circonstances.⁹⁰ Cette liste ne prévoit pourtant aucune interdiction explicite de la vente liée. La présomption irréfragable ne s'appliquant pas à cette pratique, le consommateur qui s'estime lésé par une vente liée devra par conséquent en établir le caractère déloyal. En effet, malgré le fait que la directive n'inclut pas cette pratique à la liste de celles qui sont réputées déloyales, elle assimile tout de même la vente liée à une pratique commerciale trompeuse et déloyale au sens des articles 6, 7, 8 et 9 de la Directive.

Il est donc essentiel de définir ce qu'est «une pratique commerciale déloyale» au sens du droit européen. Selon les auteurs Amandine Garde et Michael Havaron, une pratique commerciale déloyale peut être définie comme toute «pratique contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qui altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur qu'elle touche ou auquel elle s'adresse.»⁹¹ Il s'agit là d'une définition qui reprend les éléments essentiels de l'article 5, paragraphe 2 de la *Directive 2005/29/CE*.

En vertu de la *Directive 2005/29/CE*, une pratique commerciale déloyale peut être qualifiée de trompeuse en vertu des articles 6 et 7 ou être qualifiée de pratique agressive en vertu des articles 8 et 9. À titre d'exemple, constitue une pratique trompeuse selon l'article 6 le fait pour le commerçant de fournir une information fautive quant aux caractéristiques principales du produit, information qui est susceptible d'amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise sans ces représentations.⁹² L'article 8 de la *Directive 2005/29/CE* stipule qu'est réputée agressive une pratique «si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur moyen»⁹³. De plus, cette pratique jugée agressive doit amener ou être susceptible d'amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. Enfin, l'article 9 de la Directive fait état des éléments à prendre en compte afin de déterminer si le commerçant a recours au harcèlement, à la contrainte ou exerce une influence injustifiée selon l'article 8 de la Directive.

Parmi les éléments à prendre en compte, nous retrouvons, «le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance [et] le recours à la menace physique ou verbale»⁹⁴. Les États membres ont, depuis l'entrée en vigueur de la *Directive 2005/29/CE*, justifié l'existence des dispositions nationales visant la vente liée en caractérisant cette pratique de «pratiques commerciales déloyales trompeuses en vertu des articles 6 et 7 de la Directive.» La vente liée ayant pour effet d'amener les consommateurs à procéder à l'achat d'un bien ou d'un service qu'il n'aurait pas acheté ou qu'il se serait procuré autrement. Les objectifs visés par

⁸⁹ *Ibid.*

⁹⁰ Article 5, para. 5, *Directive 2005/29/CE du Parlement Européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans les marchés intérieurs [Directive 2005/29/CE]*

⁹¹ GARDE, A. et HAVARON, M., *Pratiques commerciales déloyales : Naissance d'un concept européen*. In Petites Affiches Placard 21/06. No. pa 174704.sgm-5, p. 1. [En ligne] http://www.milbank.com/NR/rdonlyres/518A84CE-3BF3-470C-8CCD-68AB71A44CAF/0/060714_haravon.pdf (page consultée le 21 avril 2010)

⁹² Article 6, paragraphe 1(b), *Directive 2005/20/CE*.

⁹³ Article 8, *Directive 2005/29/CE*.

⁹⁴ Article 9, *Directive 2005/29/CE*.

la *Directive 2005/29/CE* en établissant des pratiques interdites, telles que la vente liée étant clairs, quel effet a-t-elle eu sur les dispositions législatives des États membres ? Cette mesure a-t-elle eu pour effet de mieux protéger les consommateurs européens contre les pratiques commerciales déloyales telle la vente liée ?

Contre toute attente, la *Directive 2005/29/CE* peut, dans certains cas, avoir eu pour effet de réduire les droits dont bénéficient les consommateurs. Comme nous le verrons plus loin dans la section qui porte sur les décisions rendues par les tribunaux étrangers en matière de vente liée, la *Directive 2005/29/CE* a affecté la législation sur la vente liée de certains pays. C'est notamment le cas du Code de la consommation français et de la loi Belge du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur.

La Commission européenne a toujours eu pour habitude de soumettre les législations nationales en matière de protection du consommateur au principe d'harmonisation minimale, qui permet aux États membres d'adopter des mesures qui offrent une protection supérieure à celle prévue dans la directive. La *Directive 2005/29/CE* est toutefois une directive d'harmonisation totale.⁹⁵ L'harmonisation totale, aussi appelée «harmonisation maximale», exige que les États membres adoptent des mesures législatives offrant le même degré de protection que la *Directive 2005/29/CE*, et leur interdit de prévoir des protections supérieures à celles qui sont prévues à la Directive. Elle prévoit que les États membres ont jusqu'au 12 juin 2013 pour harmoniser les lois internes aux exigences de la Directive.⁹⁶ Cela se traduira vraisemblablement par une réduction des mesures de protection dans certains pays européens dont les législations nationales prévoyaient des protections plus larges que celles qui font l'objet de la Directive.

a) La France et la Belgique : vente liée et réglementation par l'entremise de dispositions générales

Diverses lois françaises prévoient des dispositions qui interdisent la vente liée ou dont l'application a pour effet d'écarter pour les consommateurs les effets négatifs de la vente liée. L'interdiction de vente liée dans les contrats de consommation se retrouve à l'article L122-1 du *Code de la consommation*. L'adoption de l'article L122-1 découle de l'apparition d'une pratique commerciale qui consistait à interdire au consommateur la possibilité d'acquérir certains biens ou services autrement qu'au sein d'un lot que le commerçant refusait de dissocier, forçant ainsi les consommateurs à faire des achats inutiles ou non désirés.⁹⁷

L'ordonnance du 30 juin 1945 est venue interdire la vente subordonnée dans un contexte de concurrence ; cette interdiction a par la suite été reprise par l'article L122-1 du *Code de la consommation*, qui interdit «de refuser à un consommateur la vente d'un produit ou la prestation d'un service, sauf motif légitime, et de subordonner la vente d'un produit à l'achat d'une quantité imposée ou à l'achat concomitant d'un autre produit ou d'un autre service ainsi que de subordonner la prestation d'un service à celle d'un autre service ou à l'achat d'un produit».⁹⁸ Le texte de loi français est en la matière un des textes les plus précis de toute la législation qui existe en Europe. On y prend soin de bien spécifier l'interdiction de lier tant la vente de bien que

⁹⁵ Préambule, les considérants 11 à 15, *Directive 2005/29/CE*.

⁹⁶ Article 3, paragraphe 5, *Directive 2005/29/CE*.

⁹⁷ CALAIS-AULOY, J. et STEINMETZ F. *Droit de la consommation*, 6e éd., Paris, France, Dalloz, 2003, p. 165.

⁹⁸ *C. consom.*, Article L 122-1, al. 1.

la prestation de services. Le fait que l'article en question permette la vente liée dans les cas où elle répondrait à des motifs légitimes a pour effet de renverser sur le commerçant le fardeau de la preuve ; c'est à lui qu'il reviendra d'établir que cette vente liée était motivée et que ces motifs étaient légitimes.

Cette interdiction de vente subordonnée, aussi nommée vente liée, est une interdiction de lier tant les produits de même nature que de nature différente.⁹⁹ Selon l'auteur Guy Raymond, la référence à la vente subordonnée prévue à l'article L122-1 vise en fait la vente conditionnelle, c'est-à-dire les cas où il ne sera possible pour le consommateur d'acquérir le produit ou le service convoité que s'il procède à l'achat d'un autre bien ou service.¹⁰⁰ Afin de déterminer s'il y a vente subordonnée au sens du *Code de la consommation*, il faut prendre en considération les produits et services qui sont offerts en groupe ainsi que de la possibilité pour le consommateur de se procurer les biens et services à l'unité ailleurs.¹⁰¹ L'auteur Raymond dresse également une liste de circonstances où il ne sera pas question de vente subordonnée : (i) lorsque le consommateur peut acheter à l'unité, dans le même magasin, les biens que le commerçant lui propose de se procurer en lot; (ii) les produits qui sont habituellement vendus par « pack » tels que la bière et les yaourts; (ii) enfin, la jurisprudence française tolère la vente subordonnée de certains produits dits « complémentaires ». Ce fut le cas, notamment, pour un lot de casseroles.¹⁰² D'autres produits sont toutefois exemptés de l'interdiction de vente liée prévue à l'article L122-1 du *Code de la consommation* pour éviter les absurdités ; on prendra pour exemple la vente à l'unité d'allumettes.

La loi prévoit aussi un devoir d'information qui permet au consommateur à qui on offrirait une vente subordonnée ou une vente en lot de disposer des renseignements nécessaires pour prendre une décision éclairée. Comme nous le verrons plus loin dans les sections qui portent sur les décisions rendues par les tribunaux européens et sur l'utilisation de la vente liée, ces dispositions concernant le prix prennent énormément d'importance. L'article 7 de l'**Arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix est ainsi libellé** : « Les produits vendus par lots doivent comporter un écriteau mentionnant le prix et la composition du lot ainsi que le prix de chaque produit composant le lot. » **Tel que mentionné précédemment, il est possible pour un commerçant de recourir à la pratique de la vente subordonnée ou de la vente en lot dans la mesure où le consommateur peut se procurer les biens vendus en lots séparément à l'intérieure du même magasin. Cette mesure assure que le consommateur sera convenablement informé du prix de chacun de ces produits.**

En outre, l'article L113-3, alinéa 1 du *Code de la consommation* prévoit que:

« Tout vendeur de produit ou tout prestataire de services doit, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix, les limitations éventuelles de la responsabilité contractuelle et les conditions particulières de la vente, selon des modalités fixées par arrêtés du ministre chargé de l'économie, après consultation du Conseil national de la consommation. »

⁹⁹ FERRY-MACCARIO, N. et al. *Gestion de l'entreprise*, Paris, France, Pearson Education, 2006, p. 60.

¹⁰⁰ RAYMOND, G. *Incidences de la loi MURCEF (Loi no. 2001-1168, 11 déc. 2001) sur le marketing des établissements de crédit*, In *Apprendre à douter : Questions de droit, questions sur le droit. Études offertes à Claude Lombois*, Limoges, France, PULIM, 2004, p. 426.

¹⁰¹ *Op. cit.*, note 100, p. 426.

¹⁰² *Op. cit.*, note 100, p. 431.

Les commerçants français sont donc contraints d'afficher les prix de tout produit ou service vendu dans leur commerce, incluant le prix du produit qui ferait l'objet d'une vente liée, subordonnée ou en lot. L'article L441-3 du *Code de commerce* prévoit de plus une obligation pour tout commerce de fournir une facture qui contient notamment « le prix unitaire hors TVA des produits vendus et des services rendus. »¹⁰³, y compris, donc, celui du produit lié.

Finalement, soulignons l'existence de deux autres dispositions du droit français qui ont pour but d'encadrer la vente liée dans des secteurs d'activités spécifiques. Premièrement, l'article L121-84-6 du *Code de la consommation*, qui s'applique aux fournisseurs de services de communications électroniques, interdit à son deuxième alinéa, qu'un fournisseur subordonne « la conclusion ou la modification des termes du contrat qui régit la fourniture d'un service de communications électroniques à l'acceptation par le consommateur d'une clause imposant le respect d'une durée minimum d'exécution du contrat de plus de vingt-quatre mois à compter de la date de conclusion du contrat ou de sa modification. » Il s'agit d'une pratique que le législateur assimile donc à de la vente subordonnée, étant donné que la conclusion du contrat est conditionnelle à ce que ce dernier soit d'une durée spécifique. En matière de services financiers, c'est l'article L312-1-2-1 qui régit la vente liée des services et produits bancaires. Cette disposition interdit aux institutions financières de vendre ou d'offrir de vendre des produits ou des prestations de services groupés, sauf si les produits et services qui sont vendus en groupe peuvent être achetés individuellement par le consommateur ou encore si les produits et services sont indissociables.

La réglementation des pratiques de commerce par la Communauté européenne aura vraisemblablement aussi un effet important sur la *Loi Belge du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur* [ci-après LPCC].¹⁰⁴ L'article 54 de la LPCC définit en premier lieu l'offre conjointe, puis l'interdit (sous réserve de quelques exceptions). Une offre est dite conjointe « lorsque l'acquisition, gratuite ou non, de produits, de services, de tous autres avantages, ou de titres permettant de les acquérir, est liée à l'acquisition d'autres produits ou services, même identiques. »¹⁰⁵ Est aussi interdite une offre de ce type qui serait « effectuée par plusieurs vendeurs agissant dans une unité d'intention ». La loi belge interdit donc non seulement les offres conjointes qui exigent l'achat d'autres produits ou services, mais également le fait pour le commerçant de rendre l'acquisition d'un produit ou service gratuit, ou de tout autre avantage, conditionnelle à l'achat d'autres produits ou services. Toute offre conjointe est donc interdite en Belgique, sauf pour les exceptions mentionnées à la loi que nous analyserons davantage ultérieurement.¹⁰⁶

¹⁰³ *Code de commerce*, Article L441-3.

¹⁰⁴ Voir Chapitre III, section C : *Les recours et décisions judiciaires étrangères*, du présent rapport.

¹⁰⁵ Art. 54, *Loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur* [ci-après LPCC].

¹⁰⁶ Art. 54, al. 2, LPCC.

Cet encadrement de la vente liée, beaucoup plus restreignant que les dispositions sur la vente liée que nous retrouvons dans d'autres juridictions, a eu pour effet d'entraîner une condamnation au paiement d'amendes bon nombre de commerçants¹⁰⁷. Depuis lors, les offres de téléphones cellulaires gratuits en échange d'un contrat d'abonnement avec un opérateur et les offres de « packs » incluant téléphone mobile, carte « SIM » et crédit d'appel ont disparu du marché belge.¹⁰⁸

On pourra conclure à l'existence d'une offre conjointe, si on se trouve en présence des trois (3) éléments suivants : (i) une offre principale et une offre subsidiaire ; (2) un lien obligatoire entre les deux offres et (3) un avantage pour le consommateur comparativement à l'achat séparément des biens et services qui font partie de l'offre.¹⁰⁹ L'offre principale est le produit ou service désiré par le consommateur alors que l'offre subsidiaire est celle dont l'acquisition serait imposée au consommateur pour l'obtention du bien ou service qui fait l'objet de l'offre principale. Comme le mentionne l'avocat Maxime LeBorne, la notion d'avantage pour le consommateur, troisième élément constitutif de l'offre conjointe, reçoit une interprétation large par les tribunaux belges¹¹⁰, qui sont allés jusqu'à considérer qu'un avantage subjectif répondait à ce critère. Une offre conjointe qui ne présente pas d'avantage objectif pour le consommateur (qui ne serait par exemple que l'addition des prix de chacun des biens et/ou services qui font partie de l'offre conjointe) sera toute de même jugée comme présentant un avantage pour le consommateur si ce dernier en perçoit un.¹¹¹

Tel que mentionné précédemment, la Loi belge prévoit, aux articles 55 à 57, quelques exceptions à l'interdiction de l'offre conjointe. L'article 55 prévoit deux exceptions :

«55. Il est permis d'offrir conjointement, pour un prix global:

1. des produits ou des services constituant un ensemble;

Le Roi peut, sur proposition des Ministres compétents et du Ministre des Finances, désigner les services offerts dans le secteur financier qui constituent un ensemble;

2. des produits ou des services identiques, à condition:

- a) que chaque produit et chaque service puisse être acquis séparément à son prix habituel dans le même établissement;*
- b) que l'acquéreur soit clairement informé de cette faculté ainsi que du prix de vente séparé de chaque produit et de chaque service;*
- c) que la réduction de la totalité des produits ou des services n'excède pas le tiers des prix additionnés. »*

¹⁰⁷ STIBBE BRUXELLES. *La cour de justice sonne le glas de l'interdiction de la vente conjointe*. In *Bulletin d'information – pratiques de commerce et protection du consommateur*, No. 2009/01, 23 avril 2009. [En ligne] http://www.stibbe.be/assets/publications/newsletters/bulletin%20d%27information%20pratiques%20du%20commerce%20et%20protection%20des%20consommateurs_2009_01_website.htm (page consulté le 20 avril 2010).

¹⁰⁸ *Ibid.*

¹⁰⁹ LEBORNE M. *La loi belge*, juin 2004. [En ligne] http://detaxe.be/doku.php?id=aspects_juridiques:start (page consultée le 22 avril 2010).

¹¹⁰ *Ibid.*

¹¹¹ Comm. Bruxelles, Prés. 15 février 1993, R.D.C., 1994, pp. 713 à 718

L'avocat LeBorne définit le prix global comme étant tout prix, qu'il soit minime ou non, exigé par le commerçant pour le produit subsidiaire.¹¹² La notion d'«ensemble» que nous retrouvons dans la première exception ne fait l'objet d'aucune définition dans la loi. Lors des travaux préparatoires de la Loi, la Chambre des représentants a spécifié que la notion d'ensemble fait l'objet de l'appréciation des Cours de justice et est du cas par cas.¹¹³ La jurisprudence s'entend toutefois qu'un ensemble comprend des parties qui ne sont pas susceptibles d'être vendues séparément.¹¹⁴ La vente liée des produits suivants fut jugée comme étant contraire à l'article 54 de la LPCC, les biens ne constituant pas un ensemble : une vidéo et un magnétoscope¹¹⁵ ; un mobilier de chambre à coucher et un mobilier de salon ou de salle à manger¹¹⁶, l'offre d'un appareil cellulaire à un prix réduit lorsque le consommateur signe un abonnement.¹¹⁷

Enfin, les articles 56 et 57 de la LPCC laissent la possibilité aux commerçants de faire des offres conjointes aux consommateurs belges alors que les offres subsidiaires sont gratuites. À titre d'exemple, le commerçant peut offrir gratuitement et conjointement à une offre principale «les accessoires d'un produit principal, spécialement adaptés à ce produit par le fabricant de ce dernier et livrés en même temps que celui-ci en vue d'en étendre ou d'en faciliter l'utilisation». Seront aussi permises les offres subsidiaires qui visent l'emballage, les menus produits et les menus services, la livraison, l'entretien, les échantillons, certains articles promotionnels d'une valeur minime qui ne se retrouvent pas comme tels dans le commerce, etc.¹¹⁸ De même, il sera permis au commerçant, à certaines conditions, d'offrir gratuitement de « titres » permettant l'acquisition d'un produit ou service identique, une ristourne, etc.¹¹⁹

En conclusion, la réglementation de la vente liée varie grandement d'une juridiction à l'autre. Le Canada et les États-Unis ont opté, fondamentalement, pour une réglementation par l'entremise des lois régissant la concurrence, tout en réglementant, rarement et de manière éparse, certains secteurs d'activités problématiques, tels que les services bancaires ou les contrats de service à exécution successive. La France et la Belgique ont adopté pour leur part des dispositions législatives d'application générale que nous retrouvons dans leurs lois de protection de consommateurs. Nous nous pencherons maintenant sur l'analyse des recours dont disposent les consommateurs afin de mettre en œuvre les mesures de protection dont ils bénéficient.

¹¹² *Op. cit.*, note 109.

¹¹³ *Ibid.*

¹¹⁴ Comm. Hasselt, Prés., 20 janvier 1992, Credoc, 07/93, p. 22 ; Comm. Mons., Prés., 10 févr. 1995, Credoc, 05/95, p. 8.

¹¹⁵ Comm. Bruxelles, Prés., 6 janvier 1989, Ann. Prat. Comm., 1989, p. 143.

¹¹⁶ Comm. Mons., Prés., 10 févr. 1995, Credoc, 05/95, p. 8 ; rés. Comm. Mons. 10 février 1995, Ann. Prat. Comm., 1995, 273.

¹¹⁷ Prés. Comm. Termonde, 20 sept. 2000, Ann. Prat. Comm. et Conc., 2000, p. 356.

¹¹⁸ Article 56, paragraphe 1, *LPPC*.

¹¹⁹ Article 57, paragraphe 1, *LPPC*.

3 MESURES DE REDRESSEMENT : ÉFFICACITÉ DES RECOURS ET DÉCISIONS DES TRIBUNAUX

3.1 TRIBUNAL DE LA CONCURRENCE

La *Loi sur la concurrence* fédérale est une des seules lois au Canada qui définit la vente liée. Depuis les amendements apportés en 2002 à la *Loi sur la concurrence*, qui ont introduit l'article 103.1, les parties privées lésées par une pratique de vente liée peuvent désormais, en théorie, entreprendre des recours civils devant le Tribunal de la concurrence. Bien qu'un recours pour les parties privées existe depuis 1976, ces recours en dommages n'étaient permis que pour les infractions de nature pénale prévues à la *Loi sur la concurrence*.¹²⁰ Avant 2002, l'article 36 de la *Loi sur la concurrence* était le seul moyen pour une partie privée de saisir les tribunaux.

3.1.1 Article 36 de la Loi sur la concurrence

L'introduction de cet article dans la *Loi sur la concurrence* en 1996 a soulevé de vifs débats.¹²¹ La question de la validité, au plan constitutionnel, de cette disposition qui introduit un recours civil a été posée dans l'affaire *General Motors of Canada v. National Leasing*¹²² et la Cour suprême a déclaré l'article 36 de la *Loi sur la concurrence* constitutionnellement valide. L'article 36 permet à toute personne d'intenter devant tout tribunal compétent, un recours afin d'obtenir des dommages, dans deux circonstances précises : (i) s'il y a violation d'une des dispositions de la section VI de la loi ou (ii) si le défendeur a omis de se conformer à une ordonnance d'une Cour ou du Tribunal prononcée en vertu de la *Loi sur la concurrence*.¹²³

La partie VI de la loi vise, entre autres, les infractions de complot¹²⁴, de truquage des offres¹²⁵ et les indications fausses ou trompeuses¹²⁶, soit les atteintes à la concurrence. Il est important de noter que le recours prévu à l'article 36 se limite à la partie VI de la Loi et ne s'applique donc pas à la vente liée, qui se trouve à sa partie VIII. Nous aborderons tout de même rapidement les critères qui permettent à une partie privée d'intenter un recours sous l'égide de l'article 36.

Le demandeur qui intente un recours en vertu de l'article 36, recours qui se prescrit dans les deux ans qui suivent la date du comportement reproché ou toute autre date statuée par le tribunal¹²⁷, devra faire la preuve qu'il a subi un dommage réel de fait des agissements du défendeur.¹²⁸ À titre de dommages la partie demanderesse peut exiger un montant égal à celui de la perte ou aux dommages qu'elle a subis et le tribunal pourra en outre lui octroyer un

¹²⁰ ROACH, K. et TREBILCOCK, M. *Private Enforcement of Competition Laws*, Osgood Hall Law Journal, Vol. 34, 1 janvier 1996, p. 462.

¹²¹ Le texte des auteurs Roach et Trebilcock offre un exposé complet sur les arguments en faveur et contre l'introduction du recours des parties privées dans une loi dont la mise en application était auparavant réservée aux autorités publiques.

¹²² Décision *City National Leasing*.

¹²³ Art. 36, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹²⁴ Art. 45, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹²⁵ Art. 47, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹²⁶ Art. 52, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹²⁷ Art. 36, al 4, *Loi sur la concurrence*, L.R. », 1958, ch. C-34.

¹²⁸ STIKEMAN ELLIOT, *Competition Act & Commentary*, Toronto, LexisNexis, 2008, p. 30

montant additionnel qui n'excède pas le coût total de toute enquête qu'elle aura menée dans le cadre de la cause et de toutes les procédures intentées.¹²⁹ Ce recours en responsabilité civile est habituellement déposé après qu'un recours pénal ait été intenté par le Commissaire de la concurrence. Afin de faciliter la preuve de la partie demanderesse, l'article 36, alinéa 2, prévoit d'ailleurs que les procès-verbaux faisant état du fait qu'un tribunal a déclaré la partie défenderesse coupable d'une infraction à la partie VI de la Loi constituent une preuve admissible dans le cadre du recours en dommages sous l'article 36.

3.1.2 Article 103.1 de la Loi sur la concurrence : recours en cas de vente liée

Introduite en 2002, cette disposition met fin au monopole des recours en matière de manquements à la partie VIII de la loi qui était celui du Commissaire de la Concurrence, en permettant désormais aux parties privées de porter leur cause devant le Tribunal de la concurrence. Ce recours est réservé aux cas de refus de vendre visé à l'article 75 de la loi et aux pratiques d'exclusivité, de vente liée et de restriction du marché prévues à l'article 77.

Dans le but de freiner les recours qui ne seraient que stratégiques ou frivoles, la partie privée qui veut saisir le Tribunal de la concurrence doit en premier lieu être autorisée à le faire¹³⁰ et signifier copie de la demande d'autorisation, accompagnée d'une déclaration sous serment faisant état des faits sur lesquels elle se fonde, au Commissaire ainsi qu'à chaque personne à l'égard de qui une ordonnance peut être rendue.¹³¹ Il s'agit d'une mesure proposée par les auteurs Roach et Trebilcock, qui avait pour but de tempérer certains des effets négatifs de l'action privée et de maintenir, lors du dépôt d'une demande par une partie privée, les valeurs que soutenait la mise en œuvre exclusive de l'application de la Loi par les autorités publiques.¹³² Le Commissaire a dès lors 48 heures pour indiquer au Tribunal si la question soulevée dans la demande fait ou a fait l'objet d'une enquête par le Commissaire¹³³ ; si c'est le cas, ou si le Commissaire a déjà saisi le Tribunal pour cette question, le Tribunal ne pourra entendre la cause¹³⁴.

Le Tribunal peut faire droit à une demande d'autorisation à l'encontre d'une pratique de vente liée s'il a « des raisons de croire que l'auteur de la demande est directement et sensiblement gêné dans son entreprise en raison de l'existence de l'une ou l'autre des pratiques qui pourraient faire l'objet d'une ordonnance en vertu [des articles 75, 76 et 77]. »¹³⁵

En matière de vente liée, le demandeur devra d'abord, pour obtenir l'autorisation, établir qu'il est directement et sensiblement gêné dans son entreprise par la vente liée et en deuxième lieu que la pratique peut faire l'objet d'une ordonnance en vertu de l'article 77. Bien que le test nécessaire à l'octroi d'une demande d'autorisation soit mentionné dans la Loi, le Tribunal a tenu à les rappeler dans une première décision, en 2002, rendue dans l'affaire *National Capital News Canada*.¹³⁶ Cependant, en 2004, la Cour fédérale est venue, dans l'affaire *Barcode*, apporter

¹²⁹ Art. 36, al. 1, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹³⁰ Art. 103.1, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹³¹ Art. 103.1, al. 2, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34. Voir également l'article 103.2 de la loi qui permet au Commissaire d'intervenir dans une cause déposée par une partie privée.

¹³² *Op. cit.*, note 120, p. 503.

¹³³ Art. 103.1, al. 3, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹³⁴ Art. 103.1, al. 4, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹³⁵ Art. 103.1, al. 7, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹³⁶ *National Capital News Canada v. Canada (Speaker of House of Commons)*, [2002] C.C.T.D. No. 38, 23 C.P.R. (4th) 77 (Comp. Trib.), [2004] Cour fédérale No. 83.

quelques clarifications quant au test applicable lors d'une demande d'autorisation, précisant notamment que le degré de preuve requis est moindre que la balance de probabilité qui s'appliquera au litige sur le fond.¹³⁷ Par ailleurs, la demanderesse doit également fournir une preuve suffisante que tous les éléments nécessaires pour conclure à l'existence de la pratique reprochée pourront être établis.¹³⁸

En vertu de l'article 103.1, la partie demanderesse peut demander, essentiellement, le même redressement que celui auquel a droit le Commissaire, soit une ordonnance interdisant au défendeur de se livrer à la pratique en question ou lui ordonnant de cesser la pratique reprochée.¹³⁹ Si cette mesure de redressement peut sembler mince, rappelons que le Tribunal conserve toutefois un pouvoir discrétionnaire de rendre toute autre mesure nécessaire dans le but de rétablir ou de favoriser la concurrence pour le produit visé par l'instance.¹⁴⁰ L'octroi de dommages n'est pas une mesure de redressement prévue, la Loi l'excluant explicitement à l'article 103.1, alinéa 3.1 : « le présent article n'autorise pas le Tribunal à accorder des dommages-intérêts à la personne à laquelle une permission est accordée en vertu du paragraphe 103.1(7). » L'alinéa 4 de l'article 103.1 vient encore ajouter aux limites de ce recours, en prévoyant une série de circonstances dans lesquelles le Tribunal ne pourra rendre d'ordonnance, soit certaines situations de vente liée particulières¹⁴¹ : la vente liée justifiée par la connexité technologique existant entre les produits liés¹⁴², les ventes liées pratiquées par une personne exploitant une entreprise de prêt d'argent ou entre des personnes affiliées.¹⁴³

Comment évaluer, du point de vue du consommateur, l'accessibilité et l'efficacité d'un tel recours ? Incidemment : combien de consommateurs ont eu recours au Tribunal de la concurrence depuis l'adoption de l'article 103.1 ?

En matière de droit de la consommation, l'accès à la justice pour les consommateurs a depuis toujours constitué un défi majeur. Il serait futile d'octroyer des droits au consommateur si des moyens de les faire valoir ne sont pas également prévus. Rien ne sert de prévoir des recours pour le consommateur s'il ne peut être en mesure de les exercer ou que ces recours ne prévoient aucun redressement efficace. C'est pourquoi les auteurs insistent pour que soit assurée, afin de faciliter l'accès des consommateurs à la justice, la proximité des Cours de justice du lieu de résidence des consommateurs et que soient prévues des procédures que le consommateur peut facilement exécuter. Il faut avouer que le recours prévu à l'article 103.1 ne fait rien pour faciliter l'accès à la justice pour les consommateurs. Passons outre le fait que le Tribunal est situé à Ottawa et c'est là que se déroulent les audiences, sauf circonstances particulières¹⁴⁴ ; le Tribunal peut rendre une décision sur le dossier dans le cas d'une demande en vertu de l'article 103.1 de la Loi, sans tenir d'audience.¹⁴⁵ Retenons par contre le processus en deux étapes, le recours proprement dit devant être précédé d'une demande d'autorisation.

¹³⁷ *Symbol Technologies Canada ULC v. Barcode Systems Inc.*, [2004] F.C.J. » No. 1657, 2004 FCA 339 [Décision Barcode].

¹³⁸ *Op. cit.*, note 128, p. 36.

¹³⁹ Art. 77, al 3, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹⁴⁰ *Ibid.*

¹⁴¹ Voir les pages 13 et 14 du présent rapport sur les exceptions à la vente liée : Connexité technologique, personne exploitant une entreprise de prêt d'argent et entité affiliée.

¹⁴² Art. 77, al, 4, par. b), *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹⁴³ Art. 77, al, 4, par. c) et par. 5, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

¹⁴⁴ TRIBUNAL DE LA CONCURRENCE. *Tribunal de la concurrence : Foire aux questions*. Ottawa, Canada, 14 décembre 2008, [En ligne], <http://www.ct-tc.gc.ca/Procedures/FAQS-fra.asp#q10>, (page consultée le 2 mai 2010).

¹⁴⁵ Règle 121, *Règles du Tribunal de la Concurrence*, DORS/2008-141.

Retenons aussi les obligations de signification, qui ajoutent au fardeau procédural qui serait imposé au consommateur qui pourrait envisager un tel recours. Retenons surtout l'interdiction faite au Tribunal d'octroyer des dommages et la nécessaire évaluation de la gêne que cause la pratique reprochée à « l'entreprise » de la demanderesse, et la conclusion s'impose : ce recours, cet accès au Tribunal pour les parties privées, n'est pas un recours destiné au consommateur.

Les causes déposées en vertu de cet article par les parties privées émaneront de compétiteurs du défendeur ou d'exploitants d'entreprise qui se voient lésés par un refus de vendre, une vente liée ou une pratique d'exclusivité. En 2004, le Tribunal autorisait les deux premières causes depuis la modification législative de 2002¹⁴⁶, l'affaire *Symbol Technologies Canada ULC v. Barcode Systems Inc.* et l'affaire *Allan Morgan and Sons Ltd. c. La-Z-Boy Canada Limited*¹⁴⁷, qui portaient toutes deux sur le refus de vendre du défendeur.

Selon nous, il serait très difficile pour un consommateur d'obtenir gain de cause dans le cadre d'un recours à l'encontre d'une pratique de vente liée ; l'autorisation même de déposer un tel recours semble poser des obstacles insurmontables pour le consommateur. Premièrement, le succès d'une demande d'autorisation devant le Tribunal de la concurrence nécessite des connaissances particulières de la *Loi sur la concurrence* et des procédures très complexes que le consommateur ordinaire ne détient pas. Il s'agit d'un corps législatif très complexe, qui n'est pas rédigé avec la même recherche de limpidité qu'une loi de protection de consommateurs, qui tend à favoriser un langage simple et des règles juridiques claires qui permettent au consommateur de s'y retrouver facilement. Deuxièmement, les montants en jeu dans les contrats de consommation d'un consommateur individuel étant habituellement minimes, il est difficile de concevoir que les consommateurs, sans aucun incitatif économique, trouveraient quelque intérêt à investir dans un tel recours des ressources qui excéderaient largement le montant de leur réclamation. Ajoutons à cela le fait que le consommateur victorieux n'aurait tout de même pas droit à l'octroi de dommages et que celui qui échouerait pourrait être condamné au paiement des dépens¹⁴⁸ et nous pouvons, croyons-nous, conclure que ce recours n'est pas destiné aux consommateurs.

À quoi devrait s'attendre un consommateur qui, par principe, envisagerait tout de même d'entreprendre un tel recours ? Il lui reviendra, pour que le Tribunal fasse droit à sa demande d'autorisation, de faire la preuve qu'il est substantiellement et directement gêné dans son entreprise par la pratique reprochée, soit la vente liée, et que cette pratique peut faire l'objet d'une ordonnance en vertu de la loi. Sachant que l'article 2(1) de la Loi définit : « les entreprises : a) de fabrication, de production, de transport, d'acquisition, de fourniture, d'emmagasinage et de tout autre commerce portant sur des articles; b) d'acquisition, de prestation de services et de tout autre commerce portant sur des services. » Sont également assimilés à une entreprise la collecte de fonds à des fins de charité ou à d'autres fins non lucratives.¹⁴⁹ Rien, on le constate, qui puisse permettre au consommateur de rencontrer son premier fardeau, soit établir qu'il est gêné « dans son entreprise ». La position du Tribunal de la concurrence de l'affaire *Annable* semble confirmer qu'un consommateur ne sera jamais en

¹⁴⁶ OGILVY RENAULT. *Le tribunal de la Concurrence accepte d'entendre deux demandes présentées par des parties privées*, Montréal, Canada, 30 mars 2004, [En ligne], http://www.ogilvyrenault.com/fr/centredeResources_1394.htm, (page consultée le 13 août 2009).

¹⁴⁷ *Allan Morgan and Sons Ltd. c. La-Z-Boy Canada Limited*, CT 2003-009, [En ligne], <http://www.ct-tc.gc.ca/CasesAffaires/AffairesDetails-fra.asp?CaseID=145>, (page consulté le 3 mai 2010).

¹⁴⁸ *Op. cit.*, note 146.

¹⁴⁹ Art. 2(1), *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

mesure d'obtenir l'autorisation d'exercer un recours s'il ne fait pas la preuve qu'il détient en premier lieu une entreprise. La phrase suivante des auteurs Osborne et Wilson est une bonne indication, selon nous, de la perception de l'accès à la justice pour les consommateurs en matière de concurrence : « Hockey fans take note: the Tribunal is not the appropriate forum for expressing discontent with your team's ticket sales practices, management or performance. Best stick to call-in radio shows.»¹⁵⁰

Contrairement aux prédictions de bon nombre d'universitaires et de détracteurs du recours de la partie privée, l'introduction de l'article 103.1 n'a pas donné lieu à une avalanche de poursuites par des parties privées. Au contraire, les recours par les consommateurs sont presque inexistantes.¹⁵¹ Nous avons recensé quelques demandes d'autorisation d'exercer un recours pour violation de l'article 77 de la loi déposées au cours des dernières années.¹⁵² Ces recours ne sont pas directement liés aux droits des consommateurs et n'ont pas obtenu l'autorisation nécessaire. La première cause fut l'affaire *Steven Olan v. Her Majesty the Queen as represented by the Correctional services of Canada*.¹⁵³ Monsieur Olan ancien détenu de l'Institut Fenbrook, alléguait que le gouvernement canadien a imposé aux détenus l'achat de marchandises exclusivement de la compagnie Homehardware et que les détenus étaient dans l'obligation d'acheter des produits qui leur ont été imposés alors qu'ils achetaient certains produits clés, et ce, en violation de l'interdiction de l'article 77. La permission n'a pas été accordée : bien que la *Loi sur la concurrence* s'applique à un agent de la Couronne, elle ne s'applique pas à la Couronne elle-même. De plus M. Olan n'a pas fait la preuve qu'il était lui-même substantiellement et directement gêné dans son entreprise.¹⁵⁴

La seule cause relevant d'un consommateur que nous avons recensée est l'affaire *Annable v. Capital Sports and Entertainment Inc.* M. Annable a déposé une demande d'autorisation d'exercer un recours relatif à une vente liée à l'encontre de la pratique de Capital Sports and Entertainment Inc., qui consistait à vendre les tickets de l'équipe de hockey les Senators en lots de tickets pour plusieurs matches. M. Annable considérait que l'obligation d'acheter un ticket non seulement pour le match auquel il désirait assister, mais également pour des parties à venir constituait une pratique répréhensible. Le Tribunal de la concurrence a rejeté la demande d'autorisation de M. Annable au motif que les deux éléments essentiels, soit que l'entreprise de M. Annable était directement et substantiellement affectée par la vente liée pratiquée par Capital Sports and Entertainment Inc. et qu'il s'agissait d'une pratique pouvant faire l'objet d'une ordonnance, n'étaient pas présents. Le Tribunal insiste sur le fait que le demandeur n'a pas fait la preuve des effets de la pratique sur son entreprise, ni même, d'ailleurs, qu'il avait une entreprise.¹⁵⁵

Le consommateur et la *Loi sur la concurrence* ne semblent pas faire bon ménage. La Loi a pour objectifs de préserver et favoriser la concurrence au Canada, d'assurer aux petites et moyennes entreprises une chance de participer à l'économie canadienne et simplement

¹⁵⁰ OSBORNE, W. Michael et WILSON, Donna N. *Competition Tribunal Cases : A Two Year Review*, In Recent Developments in Civil Matters under Canadian Competition Law, Spring Forum 2009, 2009, [En ligne]: http://www.thelitigator.ca/archive/agm_Competition-Tribunal-2-Year-Review_2009.pdf, (page consultée le 5 mai 2010).

¹⁵¹ *Op. cit.* note 7, p. 23.

¹⁵² *Op. cit.* note 150, p. 13.

¹⁵³ *Steven Olan v. Her Majesty the Queen as represented by the Correctional services of Canada.*, 2008 Comp. Trib. 29.

¹⁵⁴ *Op. cit.* note 150, p. 12.

¹⁵⁵ *Op. cit.* note 150, p. 13.

d'assurer aux consommateurs canadiens des prix compétitifs et des choix de produits variés¹⁵⁶. La *Loi sur la concurrence* n'est pas une loi qui s'occupe de protection du consommateur. Elle ne contient aucune mesure qui viserait à faciliter l'accès du consommateur au Tribunal en permettant à ce dernier de faire usage avec aisance des recours qui y sont prévus afin d'obtenir réparation pour des dommages subis à la suite de pratiques commerciales déloyales, telle la vente liée.

3.2 COUR DES PETITES CRÉANCES ET AUTRES COURS DE JUSTICE PROVINCIALES

En matière de contrats de consommation, les cours de justice qui offrent la plus grande accessibilité aux consommateurs restent les divisions des petites créances des tribunaux provinciaux. Dans la mesure où le litige porte sur une réclamation qui se situe à l'intérieur des limites prescrites par la loi ou que le Tribunal est compétent pour entendre le litige, les consommateurs sont en mesure de déposer une réclamation devant les Cours de petites créances pour toute violation à la loi et peuvent ainsi tenter d'obtenir réparation pour un préjudice subi. Ce n'est, bien entendu, que dans les circonstances où la vente liée constituerait une infraction à une disposition législative d'une loi sur la protection de consommateur ou de toute autre loi qui régit cette pratique dans un secteur donné que le consommateur pourra faire valoir ses droits devant les tribunaux. Comme nous le mentionnions plus haut, il n'y a que très peu de dispositions législatives provinciales qui interdisent la vente liée. Les dispositions spécifiques ne s'appliquent pas aux contrats de consommation de manière générale mais plutôt à certains secteurs d'activités. La grande majorité des contrats de consommation qui font l'objet de ventes liées, tels que les contrats d'achats d'ordinateurs munis de logiciels, ne pourront donc faire l'objet d'un recours en vertu des dispositions législatives spécifiques existantes. Le fait que les ventes liées de certains secteurs d'activités seulement puissent faire l'objet d'un recours civil devant les Cours de petites créances limite énormément l'étendue de la protection des consommateurs quant à cette pratique.

Bien entendu, les consommateurs qui s'adressent aux Cours de petites créances des provinces font face à certaines difficultés : long délai pour l'obtention de date d'audience, engorgement, coût, etc. Cependant, elles demeurent un élément clef de la protection du consommateur. L'accessibilité des Cours des petites créances, l'approche moins formelle des juges qui y siègent ainsi que la simplicité et la limpidité des procédures facilitent le parcours des consommateurs. Les Cours des petites créances pourraient donc représenter le forum idéal pour le consommateur qui désire obtenir réparation contre une pratique de vente liée. Encore faut-il que les provinces adoptent des dispositions législatives qui interdisent la vente liée dans les contrats de consommation en général. Comme nous le mentionnons auparavant, les lois provinciales comportent certaines interdictions encadrant la vente liée dans des domaines très restreints tels que les contrats de service à exécution successive, les contrats de crédit et dans le cas de l'Ontario, dans les contrats de services funéraires.

Par ailleurs, tout consommateur peut également déposer une plainte auprès des autorités chargées de l'application et de la surveillance du respect des lois de protection de consommateurs dont les dispositions interdisent la vente liée. Tel que nous le mentionnons auparavant, par exemple dans le cas du Québec, l'entreprise fautive qui sera jugée coupable d'une infraction de vente liée lors de la signature d'un contrat de crédit peut se voir imposer une amende qui varie entre 1000 et 40 000 \$.

¹⁵⁶ Article 1.1, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34.

À défaut d'accès au Tribunal de la concurrence, le consommateur pourra tenter de saisir les tribunaux civils sur la base du droit contractuel d'application général, en invoquant, par exemple, un manquement de la part du commerçant à son obligation de bonne foi. Le consommateur pourra aussi invoquer devant les tribunaux civils des manquements à la Loi sur la concurrence. Comme nous l'avons vu, le recours au Tribunal de la concurrence à l'encontre d'agissements prévus à l'article 77 de la *Loi sur la concurrence* est réservé au commissaire ainsi qu'aux entreprises.

La preuve d'agissements anticoncurrentiels pouvant être assez complexe et ces agissements étant susceptibles de toucher un grand nombre de consommateurs, il était prévisible que ce genre de recours utilise le véhicule procédural du recours collectif. À titre d'exemple, la vente d'ordinateurs munis de logiciels et de système d'exploitation de Microsoft fait l'objet de trois demandes d'autorisation de recours collectif au Canada¹⁵⁷, pour un recours basé non pas sur les lois de protection de consommateurs mais bien sur des allégations de pratiques anticoncurrentielles. Sur ces trois demandes d'autorisation de recours collectifs, une seule a depuis été autorisée à ce jour, et ce, six ans après le dépôt de la requête. Le 5 mars 2010, le juge Myers de la Cour suprême de la Colombie-Britannique a en effet certifié le recours collectif dans la cause *Pro-Sys Consultant Ltd v. Microsoft Corp.*¹⁵⁸ La partie demanderesse allègue qu'elle a, à titre d'acheteur indirect du système d'exploitation de Microsoft, subi un préjudice, les pratiques anticoncurrentielles adoptées par Microsoft afin de limiter, voire d'éliminer toute concurrence du marché ayant eu pour effet de permettre à Microsoft d'imposer des prix gonflés pour ses logiciels et système d'exploitation, chose que Microsoft n'aurait pas été en mesure de faire si le marché était véritablement concurrentiel. Étant donné le recours individuel prévu à l'article 36 de la *Loi sur la concurrence*, la porte est ouverte à d'éventuels recours collectifs. Vu que l'article 103.1 ne permet pas les actions en vertu de l'article 77 de la Loi qui porte sur la vente liée, le demandeur a déposé une demande en alléguant les pratiques anticoncurrentielles de complot et de représentations fausses et trompeuses¹⁵⁹, ce qui lui permettait de déposer un recours collectif sous l'égide de l'article 30 de la *Loi sur la concurrence*. Notons par ailleurs que la défenderesse a laissé sous-entendre qu'elle portera ce jugement en appel.

La requête en autorisation déposée au Québec le 5 septembre 2007, *Marc Lefrançois c. Microsoft Corporation*, contient des allégués fort similaires aux prétentions de la partie demanderesse dans la cause *Pro-sys Consultant Ltd v. Microsoft* de la Colombie-Britannique.¹⁶⁰ Le requérant a, au fil des ans, acheté plusieurs ordinateurs pour son usage personnel. Il allègue que, du fait des agissements anticoncurrentiels de Microsoft, il s'est vu contraint de procéder à l'achat d'un ordinateur déjà muni des logiciels d'exploitation Microsoft, et qu'il a dû payer pour ces logiciels un prix artificiellement élevé.¹⁶¹ Bien que les allégués de la requête mentionnent la vente liée,¹⁶² il y est surtout question de complot, de représentations fausses et trompeuses et

¹⁵⁷ BROUSSEAU-POULIOT, V. «Un premier recours collectif contre Microsoft au Canada», in *La Presse*, 10 mars 2010, Montréal, Canada, [En ligne], <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/technologie/201003/09/01-4258939-un-premier-recours-collectif-contre-microsoft-au-canada.php>, (page consulté le 11 mars 2010)

¹⁵⁸ *Pro-Sys Consultant Ltd v. Microsoft Corp.*, 2010 BCSC 2858 (CanLII) [Décision *Pro-Sys Consultant Ltd*].

¹⁵⁹ Arts. 45 et 52, *Loi sur la concurrence*, L.R., 1985, ch. C-34. Voir la décision *Pso-Sys Consultatns Ltd.*, au para. 4.

¹⁶⁰ *Op. cit.* note 157.

¹⁶¹ *Marc Lefrançois c. Microsoft Corporation.*, (5 septembre 2007), Montréal, 200-06- 000087-075, (C.S.)

¹⁶² *Op. cit.* note 161, au para. 40.1.

d'abus de positions dominantes, étant donné que la vente liée n'est pas une cause d'action pour l'institution d'un recours collectif.¹⁶³

Comme nous le verrons plus loin, le cas de vente d'ordinateurs déjà munis des logiciels d'exploitation de Microsoft a été, dans bon nombre de juridictions, qualifié de vente liée et a fait l'objet de poursuites. Un recours civil qui porterait explicitement sur cette pratique est, nous l'avons vu, généralement impossible au Canada (sauf dans les domaines où cette pratique est explicitement encadrée). C'est ce qui explique les détours que doivent prendre les consommateurs (soit, plaider les pratiques anticoncurrentielles, dont la preuve sera certes plus ardue que ne le serait celle d'une pratique évidente). L'accès aux tribunaux à l'encontre de cette pratique que plusieurs juridictions ont déjà reconnue comme étant répréhensible est donc fort limité au Canada.

Des juridictions étrangères, dont la réglementation a été analysée dans le présent rapport, ont, pour certaines, réglementé cette pratique par l'entremise des lois sur la concurrence alors que d'autres ont intégré dans leurs lois de protection de consommateurs une interdiction générale d'une telle pratique. De ces deux approches, laquelle permet aux consommateurs de bénéficier d'une meilleure protection et d'avoir accès aux tribunaux de manière efficace?

¹⁶³ *Op. cit.* note 161, aux paras. 2 et 19.

3.3 RECOURS ET DÉCISIONS JUDICIAIRES ÉTRANGÈRES

Dans la présente section, nous analyserons les recours en matière de vente liée aux États-Unis et en Europe et certaines décisions rendues dans ces juridictions. Les pratiques de vente liée sont traitées différemment en Europe et aux États-Unis, étant donné le type de législation choisie pour les réglementer. Aux États-Unis comme en Europe, une des pratiques de vente liée soulevant le plus la grogne des consommateurs est la vente d'ordinateurs munis du système d'exploitation Windows et d'autres logiciels de Microsoft ; la grande majorité des décisions des Cours de justice que nous rapportons concernent donc cette pratique.

3.3.1 Quelques poursuites et décisions américaines en matière de vente liée

Au courant des 20 dernières années, les recours en matière de vente liée ont connu un essor aux États-Unis. Contrairement aux consommateurs canadiens, les Américains peuvent déposer en vertu des lois sur la concurrence un recours, individuel ou collectif, à l'encontre d'une pratique de vente liée. Que ce soit à l'encontre des pratiques anticoncurrentielles des géants tels que Microsoft ou des pratiques de ventes liées de certaines entreprises détenant un quasi-monopole dans un secteur d'activité donné, les recours en matière de vente liée sont beaucoup plus présents qu'au Canada.

Un nombre important de recours ont été intentés contre la corporation Microsoft aux États-Unis pour cause de violation des règles de la concurrence et pour vente liée. La division de la concurrence du Département de la justice américain a elle-même intenté un recours contre Microsoft en 1998, alléguant que la compagnie a enfreint les règles sur la concurrence et abusé de sa position dominante. Plusieurs recours collectifs ont également été déposés contre Microsoft, dont certains ont donné lieu à des règlements pour des montants substantiels. Dans la cause *United States v. Microsoft*, étaient demandeurs le Département de la Justice des États-Unis ainsi qu'une vingtaine d'États américains, dont New York, l'Ohio, le Kentucky, la Louisiane, le Michigan et la Caroline du Nord. La poursuite reprochait à Microsoft de lier son logiciel de navigation du Web, Internet Explorer, à son système d'exploitation Windows. Cette pratique de lier ces deux produits aurait eu pour effet d'assurer une position dominante à Microsoft dans le domaine des logiciels de navigation du Web. Microsoft exposait en défense que l'innovation et la compétition avaient fait en sorte que Windows et Internet Explorer étaient devenus, au courant des années, un seul et même produit. Le 3 avril 2000, le juge Jackson de la U.S. District Court du District de Columbia a rendu un jugement à l'effet que Microsoft s'était rendue coupable de monopolisation, de tentative de monopolisation et de vente liée, et que l'entreprise violait par conséquent les sections 1 et 2 du *Sherman Act*. Il a ordonné à la compagnie de se scinder en deux entreprises distinctes et concurrentes, l'une se concentrant sur le système d'exploitation et la seconde sur les applications logicielles.¹⁶⁴

La cause a bien entendu été portée en appel. Sans infirmer quant aux conclusions en faits et en droit la décision dont appel, la Cour d'appel fédérale renvoie la cause pour décision en première instance, estimant que le Juge Jackson, à qui la Cour reproche un apparent biais et un manque

¹⁶⁴ *United States of America v. Microsoft Corporation*, 87 F. Supp. 2d 30 (D.D.C. 2000), [En ligne], <http://www.justice.gov/atr/cases/f3800/msjudgex.htm>, (page consultée le 10 mai 2010), [Décision *United States v. Microsoft*, Cour de district du District de Columbia]. Pour l'ordonnance de scission de Microsoft en deux entreprises distinctes, consulter le jugement final du 7 juin 2000 : <http://www.justice.gov/atr/cases/f219700/219728.htm> (page consulté le 10 mai 2010).

d'éthique ; le juge s'étant exprimé très durement contre le défendeur dans les médias avant que jugement soit rendu¹⁶⁵, avait erré dans son appréciation des remèdes appropriés qu'il pouvait légalement ordonner.

Renvoyée devant la juge Colleen Kollar-Kotelly, la cause a toutefois fait l'objet le 2 novembre 2001 d'un règlement entre Microsoft et le Département de la justice, qui laissait tomber ses allégations de vente liée. Le 12 novembre 2002, la juge a rendu une décision approuvant plusieurs aspects du règlement. L'entente comprenait notamment, en vue de favoriser la concurrence, l'engagement de Microsoft de donner accès à un panel de trois personnes, pendant cinq ans, aux systèmes de Microsoft, à ses archives et codes sources. Était complètement absente de cette entente toute obligation pour Microsoft de mettre fin à la pratique de vente liée de son système d'exploitation et d'applications logicielles.¹⁶⁶ Microsoft s'engageait toutefois, pour une durée de cinq ans, à ne pas conclure de contrats restrictifs ou d'ententes de prix visant à utiliser son quasi-monopole pour nuire indument à la concurrence. Neuf États (Californie, Connecticut, Iowa, Floride, Kansas, Minnesota, Utah, Virginie et Massachusetts) et le District of Columbia se sont toutefois opposés à l'approbation de ce règlement, estimant qu'il n'allait pas assez loin pour restreindre les pratiques anticoncurrentielles de Microsoft. Le 30 juin 2004, les Cours d'appel américaines ont malgré tout approuvé unanimement l'entente conclue avec le Département de justice, rejetant l'argument selon lequel les sanctions étaient inadéquates.

Toute cette affaire faisait dire à Andrew Chin, professeur de droit de la concurrence à l'université de Caroline du Nord que l'entente intervenue avec le Département de la justice avait accordé "a special antitrust immunity to license Windows and other 'platform software' under contractual terms that destroy freedom of competition."¹⁶⁷

Heureusement pour les consommateurs américains, les recours collectifs intentés se sont avérés plus fructueux que la cause du Département de Justice des États-Unis. Dans une vingtaine de cas, la compagnie Microsoft a conclu des règlements et indemnisé les consommateurs et entreprises qui ont acheté les produits Microsoft et qui alléguaient avoir subi des dommages du fait que Microsoft imposait des prix exorbitants pour son système d'exploitation et ses logiciels.¹⁶⁸

Les recours de consommation aux États-Unis en matière de vente liée ne se limitent pas à Microsoft. En 2007, un consommateur américain a déposé un recours collectif à l'encontre d'Apple. La pratique de vente liée reprochée concerne le fait que le *iPhone* ne pouvait être acheté et utilisé que par l'entremise du fournisseur de services AT&T. Tel qu'allégué dans la requête, «the sale of the iPhone (the tying product) is linked to the purchase of a two year wireless service account with AT&T (the tied product). The sale of the iPhone (the tying product) is also linked to the purchase of music, videos, and ringtones from Apple's iTunes Music Store

¹⁶⁵ MCCULLAGH, D. "Microsoft Judge Ripped in Court", le 28 février 2001. [En ligne] <http://www.wired.com/politics/law/news/2001/02/42071> (page consultée le 13 mai 2010).

¹⁶⁶ *United States of America v. Microsoft*, (D.D.C. 2002), [en ligne], <http://www.justice.gov/atr/cases/f245100/245110.htm>, (page consultée le 10 mai 2010).

¹⁶⁷ CHIN, A. "A case of insecure browsing - Exploring missed opportunities in the Microsoft antitrust suit", 30 septembre 2004, in Newsobserver.com. [En ligne] <http://www.unclaw.com/chin/scholarship/nando.pdf> (page consultée le 10 mai 2010).

¹⁶⁸ MICROSOFT. *Consumer Class Action Settlement Information*, sur le site de Microsoft, États-Unis, 5 mai 2007, [En ligne], <http://www.microsoft.com/About/Legal/EN/US/ConsumerSettlements/Default.aspx#head1>, (page consultée le 10 mai 2010).

(the tied products) ». ¹⁶⁹ Dans cette affaire, toujours pendante, La partie demanderesse allègue qu'en liant l'achat et l'usage du *iPhone* à la signature d'un contrat de service auprès d'AT&T exclusivement, les agissements d'Apple constituent une violation des sections 1 et 2 du *Sherman Act*. ¹⁷⁰

Apple fait l'objet d'un autre recours collectif aux États-Unis pour une autre pratique de vente liée. En 2007, une habitante de la Californie a déposé un recours collectifs contre Apple qui liait la vente de musique et de vidéo sur son site *iTunes* au lecteur de musique *iPod*. De ce fait, la musique achetée sur *iTunes* ne pouvait être écoutée qu'en utilisant le lecteur *iPod*, qui ne fonctionnait, qui plus est, qu'avec de la musique achetée sur le site *iTunes* d'Apple. La partie demanderesse allègue que cette pratique a eu pour effet de garantir à Apple le monopole en imposant aux consommateurs des restrictions technologiques inutiles. Cette pratique a doc eu pour effet de restreindre le choix du consommateur et d'éliminer toute concurrence sur le marché, donnant ainsi lieu à une inflation exagérée des prix. ¹⁷¹ Dans cette affaire, la demanderesse allègue que Apple contrôle 83 % du marché de la musique en ligne, 75 % du marché de la vidéo en ligne et plus de 90 % du marché des lecteurs de musique digitaux. La demanderesse allègue également que la pratique d'Apple de lier le lecteur et les contenus disponibles sur son site *iTunes* constitue une violation des sections 1 et 2 du *Sherman Antitrust Act*. Aucun jugement final n'a encore été rendu dans la présente cause. ¹⁷² Cependant, le juge n'a pas certifié la demande de recours pour violation aux dispositions du *Sherman Antitrust Act*, sur la base dont la preuve n'a pas été faite de dommages communs au groupe de consommateurs. ¹⁷³

3.3.2 Recours et décisions en Europe

En Europe, les recours dont disposent les consommateurs sont tout autres. Alors que certains États membres, l'Italie par exemple, permettent les recours collectifs, d'autres permettent aux associations de consommateurs d'intenter certains recours afin de mettre un terme à une pratique illégale ou de supprimer une clause abusive d'un contrat de consommation. Par ailleurs, la Commission Européenne peut également imposer des amendes aux commerçants qui posent des gestes contraires aux Directives portant sur la concurrence ou sur la protection du consommateur.

¹⁶⁹ Les procédures sont disponibles en ligne. Voir la " *First Amended Complaint for Damages and Injunctive Relief*". [En ligne] https://www.appleiphonelawsuit.com/uploads/2007-11-02_1st_Amended_Complaint_Endorsed.pdf, (page consulté le 21 juin 2010). p. 27 de la requête.

¹⁷⁰ *Ibid.*, à la page 41 de la requête.

¹⁷¹ *Somers vs. Apple Inc.*, (D.C. of California 2007), [En ligne], <http://docs.justia.com/cases/federal/district-courts/california/candce/5:2007cv06507/198939/1/>, au para. 12, (page consultée le 10 mai 2010) [Décision *Somers vs. Apple*].

¹⁷² http://dockets.justia.com/docket/court-candce/case_no-5:2007cv06507/case_id-198939/, (page consultée le 10 mai 2010).

¹⁷³ THEODORE, R. " *Class Action Denied in Apple Musi Monopoly Case*", le 12 août 2009. [En ligne] http://news.findlaw.com/andrews/bf/atr/20090812/20090812_somers.html (page consultée le 18 juin 2010). Une source semblerait indiquer qu'une décision ait été rendue sur la demande d'injonction également. [En ligne] http://google.brand.edgar-online.com/EFX_dll/EDGARpro.dll?FetchFilingHtmlSection1?SectionID=7001513-207283-228375&SessionID=SYs-HjneTZelHX7 (page consultée le 18 juin 2010). Il s'agit cependant d'une source non vérifiable.

Comme nous le mentionnons auparavant, les poursuites en matière de vente liée intentés par des consommateurs sont beaucoup plus fréquentes en Europe qu'au Canada. Cela s'explique aisément, du fait que, dans la majorité des États européens, une interdiction de vente liée d'application générale est prévue aux lois de protection de consommateurs et que ces lois veillent de plus à faciliter aux consommateurs l'accès à la justice. De surcroît, les associations de consommateurs, telles que l'association française UFC-Que choisir, ont intenté plusieurs recours à l'encontre de commerçants qui pratiquent la vente liée. Les associations de défense des droits des consommateurs jouent également un rôle crucial en orientant les consommateurs dans leur réclamation individuelle auprès des Tribunaux.

a) Recours individuels

L'Association Francophone des Utilisateurs de logiciels libres (AFUL) est un organisme français qui a mis sur pieds le site Internet [Racketiciel.info](http://racketiciel.info), qui permet d'informer les consommateurs relativement à la vente liée des ordinateurs et des logiciels et système d'exploitation de Microsoft. Depuis 2006, AFUL a recensé plus de 20 jugements des tribunaux européens et français portant sur la pratique de vente liée des ordinateurs et de logiciels dans des causes intentées par des consommateurs et par des associations de consommateurs.¹⁷⁴ Dans tous les cas de vente liée recensés par l'AFUL, il était soit question de condamner la vente liée ou simplement de forcer le commerçant à procéder au remboursement des logiciels et du système d'exploitation qui étaient installés sur l'ordinateur acheté par le consommateur. L'interdiction de vente liée prévue à l'article L122-1 du *Code de la consommation* peut en effet entraîner une telle obligation de remboursement. Les consommateurs plaident également les obligations des commerçants relatives à l'affichage des prix afin d'obtenir le remboursement des montants payés pour les logiciels et les systèmes d'exploitation¹⁷⁵, quand un prix unique a été affiché.

En France, la Direction générale de concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes exige également que les commerçants mettent à la disposition des consommateurs une procédure de remboursement dès lors que le consommateur n'accepte pas le contrat de licence utilisateur final (CLUF) des logiciels installés sur les ordinateurs (ce refus d'acquiescer aux conditions prévues à la licence interdisant l'usage du logiciel). Le consommateur qui en fait la demande auprès du commerçant ou du fabricant et qui n'obtient pas le remboursement des logiciels et du système d'exploitation demandé peut déposer une demande auprès du Tribunal compétent. Comme le mentionne AFUL sur son site Internet, dans la majorité des cas les fabricants proposeront un règlement à l'amiable au consommateur quand une telle demande est déposée.

¹⁷⁴ ASSOCIATION FRANCOPHONE DES UTILISATEURS DE LOGIELS LIBRES, <http://racketiciel.info/documentation/droit/#jugements-proximite-et-amiable>, (page consultée le 11 mai 2010).

¹⁷⁵ Art. 7 de l'Arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix ; Art. L113-3, alinéa 1 du C. consom. ; L441-3 du Code de commerce.

b) Recours des associations de consommateurs

L'article L 421-1 du *Code de la consommation* permet aux associations de consommateurs agréées de demander au tribunal d'ordonner à un commerçant la cessation d'une pratique illicite ou la suppression d'une clause abusive contenue dans un contrat de consommation.¹⁷⁶

L'association française UFC-Que choisir a entamé à plusieurs reprises sur cette base des poursuites relativement à des pratiques de ventes liées. En 2007, l'organisme a eu gain de cause contre Sony ; UFC- Que choisir alléguait que l'entreprise se livrait, en liant l'achat de son lecteur de musique à l'acquisition de musique de son site Internet *Connect*, à une pratique interdite à l'article L 122-1 du *Code de la consommation*, soit une vente subordonnée¹⁷⁷, puisque seuls les fichiers téléchargés à partir du site *Connect* pouvaient être lus par le lecteur de Sony. Le Tribunal de Nanterre ordonna à Sony de payer à UFC-Que Choisir la somme de 10,000€ à titre de dommages à l'intérêt collectif des consommateurs, et ordonna également à la compagnie d'afficher pendant trois mois le jugement sur son site Internet.

En 2008, UFC-Que Choisir a intenté un recours contre le distributeur *Darty* : elle demandait au Tribunal de Grande Instance de Paris de constater la pratique illicite de vente liée et l'infraction que représentait le fait pour le commerçant de ne pas afficher séparément le prix de l'ordinateur et celui des logiciels et du système d'exploitation qui y étaient installés. Le Tribunal de Grande Instance de Paris a rendu dans cette affaire un jugement mitigé. Il déclare en premier lieu qu'il est dans l'intérêt des consommateurs d'acheter des ordinateurs sur lesquels est déjà présent un système d'exploitation, mais reconnaît toutefois qu'il s'agit de vente liée, soit une pratique illicite. Le Tribunal a donc ordonné à *Darty* d'afficher dorénavant les prix de tous les logiciels.¹⁷⁸

L'association italienne *Associazione per i Diritti degli Utenti e Consumatori* (ADUC) a pour sa part institué en janvier 2010, un recours collectif afin de mettre un terme à la vente liée des ordinateurs et des systèmes d'exploitation de Microsoft. Contrairement aux associations françaises, qui n'ont pas accès au recours collectif étant donné que l'action de groupe est interdite en France, les associations de consommateurs italiennes peuvent déposer des recours collectifs afin de tenter d'obtenir un dédommagement pour les consommateurs lésés. Cependant, la procédure italienne ne permet pas aux associations de consommateurs d'exiger que l'entreprise fautive soit tenue de changer ses pratiques.¹⁷⁹

c) Communauté européenne

Outre les recours dont disposent les consommateurs et associations de consommateurs en vertu du droit interne, les commerçants pratiquant la vente liée peuvent également faire l'objet d'amende et de poursuite en vertu du droit communautaire européen. À titre d'exemple, en 2004, la compagnie Microsoft, reconnue coupable d'abus de position dominante pour avoir lié

¹⁷⁶ C. cons., art.L 421-2.

¹⁷⁷ EUROPEAN DIGITAL RIGHTS. *Sony Loses DRM Case in France*, sur le site European Digital Rights, (titre de: EDRI-gram: No. 5.1: 17 janvier 2007), [En ligne], http://www.edri.org/edriagram/number5.1/drm_sonyfr, (page consultée le 22 avril 2010).

¹⁷⁸ ASSOCIATION FRANCOPHONE DES UTILISATEURS DE LOGICIEL LIBRE, <http://aful.org/media/document/Jugement-QueChoisir-Darty-20080624.pdf>, (page consulté le 10 mai 2010).

¹⁷⁹ JARILLON P. «*Un recours collectif en Italie contre la vente liée des systèmes d'exploitation*», sur le site de Linux France, 6 janvier 2010, [En ligne], <http://linuxfr.org/2010/01/06/26320.html>, (page consultée le 16 janvier 2010).

son lecteur multimédia *Windows Media Player* au système d'exploitation Windows, a écopé d'une amende de 497,2 millions d'euros (soit près de 625 millions CAN\$ au taux de change actuel). Bien que ce montant puisse sembler phénoménal, il équivaut seulement, selon la Commission, à 1,62 % du chiffre d'affaires mondial de Microsoft pour l'exercice social qui a pris fin le 30 juin 2003.¹⁸⁰

Microsoft s'est empressée de porter en appel cette amende imposée par la Commission européenne. Le 17 septembre 2007, le Tribunal de Première Instance de la Cour de Justice des Communautés européennes a donné raison à la Commission européenne. Le Tribunal est d'avis qu'« il ressort, en effet, de l'appréciation effectuée dans le cadre de la problématique du refus de fournir les informations relatives à l'interopérabilité et d'en autoriser l'usage ainsi que de la problématique de la vente liée du système d'exploitation Windows pour PC clients et de Windows Media Player que c'est à bon droit que la Commission a constaté que Microsoft avait enfreint l'article 82 CE en adoptant ces deux comportements.» et a maintenu l'amende imposée par la Commission.¹⁸¹

Un deuxième arrêt important en matière de vente liée est l'affaire *VTB-VAB c. Total*. Cette décision du 23 avril 2009 aura sans aucun doute des effets importants sur la réglementation des États européens en matière de vente liée. Cette décision est fondée sur l'article 54 de la *loi Belge du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur* [ci-après LPCC], qui interdit les offres conjointes (vente liée). L'entreprise Total « offrait aux consommateurs détenteurs d'une carte Total-Club trois semaines gratuites de service d'aide au dépannage pour leur propre véhicule ou vélomoteur, lors de chaque passage à la pompe à l'achat d'une quantité minimale de carburant.»¹⁸² La question soumise au Tribunal de Première Instance de la Cour de Justice des Communautés européennes (TPICJCE) concernait l'apparente contradiction entre le droit interne belge et plusieurs directives européennes, notamment la *Directive 2005/29/CE* et les *Directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE*.

La législation interne des États membres doit en principe être harmonisée avec les directives européennes. Cependant, la *Directive 2005/29/CE* en est une d'harmonisation maximale, ce qui signifie que les États membres ne peuvent offrir de protections supérieures à celles prévues dans la Directive.¹⁸³ Pourraient donc uniquement être interdites, en toutes circonstances, par les États membres, en vertu de l'article 5, paragraphe 5, de la Directive, les pratiques déloyales, soit les pratiques mentionnées à l'Annexe I de la Directive. La vente liée n'étant pas une des pratiques interdites à l'Annexe I, l'interdiction prévue à l'article 54 de la LPCC serait donc contraire à la *Directive 2005/29/CE*. Le Tribunal arrive à la conclusion qu'étant donné le contenu des directives européennes, notamment la *Directive 2005/29/CE*, «il convient de répondre aux questions posées que la directive doit être interprétée en ce sens qu'elle s'oppose à une réglementation nationale, telle que celle en cause dans les litiges au principal, qui, sauf certaines exceptions et sans tenir compte des circonstances spécifiques du cas d'espèce, interdit toute offre conjointe faite par un vendeur à un consommateur».¹⁸⁴

¹⁸⁰ *Commission c. Microsoft* (TPICJCE, 17 Septembre 2007), au para. 1317, [En ligne], <http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/gettext.pl?where=&lang=fr&num=79929082T19040201&doc=T&ouvert=T&seance=ARRET>, (page consultée le 10 mai 2010) [*Commission c. Microsoft*].

¹⁸¹ *Commission c. Microsoft*, au para. 1330.

¹⁸² *Op. cit.*, note 107.

¹⁸³ *Arrêt VTB-VAB NV/Total Belgium NV et Galatea BVBA/Sanoma Magazines Belgium NV* (CJCE, 23 avril 2009), au para. 52 [*Arrêt VTB-VAB c. Total*].

¹⁸⁴ *Arrêt VTB-VAB c. Total*, au para. 68.

En vertu du principe de hiérarchie des normes, le droit européen supplante la législation interne adoptée par les États membres. Cette décision du TPICJCE a pour effet de remettre en question la validité de bon nombre des dispositions législatives nationales des États membres qui offraient une protection aux consommateurs contre la pratique de la vente liée.

Nous ne devons pas toutefois conclure trop rapidement que les dispositions L122-1 du *Code de la consommation* de France et l'article 54 de la LPCC belge sont interdites par le droit communautaire. Malgré le fait que la vente liée ne fasse pas l'objet d'une interdiction spécifique à l'Annexe I de la *Directive 2005/29/CE*, il est toujours possible d'argumenter que la vente liée est une pratique commerciale déloyale en vertu, par exemple, de l'article 6 de la Directive, en démontrant que la vente liée est une pratique commerciale trompeuse car elle répond aux critères énoncés à l'article 6 :

« elle contient des informations fausses, et qu'elle est donc mensongère ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne un ou plusieurs des aspects ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement:

a) l'existence ou la nature du produit;

b) les caractéristiques principales du produit, telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses accessoires, le service après-vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication ou de prestation, sa livraison, son aptitude à l'usage, son utilisation, sa quantité, ses spécifications, son origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit;

c) l'étendue des engagements du professionnel, la motivation de la pratique commerciale et la nature du processus de vente, ainsi que toute affirmation ou tout symbole faisant croire que le professionnel ou le produit bénéficie d'un parrainage ou d'un appui direct ou indirect;

d) le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix;»

Cet article 6 de la Directive pourrait donc servir pour sévir contre la vente liée des logiciels informatiques, des systèmes d'exploitation et des ordinateurs. Il existe par ailleurs dans d'autres directives européennes des dispositions qui permettront aux consommateurs de demander que soient sanctionnées les pratiques de vente liée auxquelles se livrent certains commerçants.

Les effets de cette décision sur le droit interne des États européens ne sont donc pas encore définitifs. Cependant, notons que la Cour d'appel de Paris, dans une cause opposant Orange à divers compétiteurs, a estimé être dans l'obligation de se soumettre à la décision *VTB-VAB c. Total* du Tribunal de première instance de la Cour de Justice européenne et à la *Directive 2005/29/CE*. La Cour d'appel de Paris ne va pas jusqu'à déclarer inapplicable l'article L122-1 du

Code de la consommation, mais elle se dit dans l'obligation d'interpréter la loi d'une manière conforme à la *Directive 2005/29/CE* et à la décision *VTB-VAB c. Total*.¹⁸⁵

Dans cette affaire qui concernait la diffusion en exclusivité de matchs de football par le fournisseur Orange, certains compétiteurs se sont opposés au fait que les matchs diffusés sur la chaîne Orange Foot étaient uniquement disponibles aux abonnés d'Orange qui détenaient un contrat d'internet haute vitesse auprès de l'entreprise, bien qu'aucune raison technique ne justifiait que la chaîne ne soit pas aussi diffusée sur d'autres médias. Le Tribunal de Commerce a accueilli la demande des compétiteurs d'Orange, qualifiant l'offre d'Orange de vente liée et émettant une injonction à l'égard d'Orange l'enjoignant de cesser de rendre conditionnelle à la signature d'un contrat d'internet haute vitesse l'abonnement à Orange Foot. La Cour d'appel arrive à la conclusion que l'article L 122-1 du *Code de la consommation* « se heurte au régime institué par la Directive en ce qu'il prohibe, de manière générale et préventive, les offres subordonnées indépendamment de toute vérification de leur caractère déloyal au regard des critères posés aux articles 5 à 9 de la directive.¹⁸⁶ Après avoir fait une analyse complète de l'article L 122-1 du *Code de la consommation* à la lumière de diverses dispositions de la *Directive 2005/29/CE*, soit les articles 5 à 9, qui auraient permis de juger que la vente liée pratiquée par Orange était une pratique commerciale déloyale, la Cour d'appel est d'avis que « dans ces conditions, il ne peut être fait grief à France Télécom et Orange d'avoir enfreint l'article L. 122-1 du Code de la consommation, tel qu'interprété à la lumière de la Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur ; qu'il suit de là que le jugement doit être infirmé en toutes ses dispositions ».¹⁸⁷

¹⁸⁵ TAILLANDIER, G. et SOFFER, R., *La Cour d'appel de Paris sonne le glas de l'interdiction de la vente liée*, sur le site Hammonds Hausman Avocats, Paris, France, le 25 août 2009, (tiré de *La Revue*), [En ligne], http://larevue.hammonds.fr/La-Cour-d-appel-de-Paris-sonne-le-glas-de-l-interdiction-de-la-vente-liee_a1064.html, (page consultée le 11 mai 2010).

¹⁸⁶ *Arrêt du 14 mai 2009*, RG n°09/03660, C.A. de Paris, à la p. 10. [En ligne] <http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/textes/recours/ca-arr-140509-orange.pdf> (page consulté le 10 juin 2010) [*Arrêt du 14 mai 2009*].

¹⁸⁷ *Arrêt du 14 mai 2009*, à la p. 12.

d) Instances publiques étrangères chargées de l'application des lois sur la concurrence et la vente liée

La vente liée n'échappe pas à l'attention des agences gouvernementales étrangères chargées de l'application des lois nationales sur la concurrence. C'est à nouveau le géant Microsoft qui a fait l'objet d'amende et de réprimande pour la vente d'ordinateurs déjà munis de son système d'exploitation et de ses autres logiciels. En 2005, la *Fair Trade Commission* (FTC) de la Corée du Sud lui a imposé sur cette base une amende de 32 millions de dollars (soit 26,5 millions Can\$ au taux d'aujourd'hui) pour violation des lois nationales antitrust.¹⁸⁸ La décision de la FTC a été portée en appel par Microsoft devant la Haute Cour de Séoul.¹⁸⁹ Alors que Microsoft demandait à la Haute Cour de Séoul de suspendre l'amende imposée par la FTC le temps de contester la décision rendue, la Haute Cour a jugé en juillet 2006, qu'il n'y avait pas lieu de suspendre l'amende et que Microsoft était tenue de procéder au paiement.¹⁹⁰ Suite à sa condamnation en Corée, Microsoft a toutefois tenté de préserver sa position dominante sur le marché coréen, concluant des ententes avec deux de ses compétiteurs et versant la somme de 760 millions de dollars à Real Networks et la somme de 90 millions de dollars à Daum Communications.¹⁹¹

Certaines juridictions donnent aux consommateurs la possibilité de faire condamner cette pratique et de se faire dédommager pour les produits qui ont fait l'objet d'une vente liée. Alors que les consommateurs canadiens ne bénéficient, en vertu de la *Loi sur la concurrence*, que d'une protection contre la vente liée très limitée et de redressements, auxquels ils ne peuvent avoir accès, qui s'avèrent inefficaces, d'autres consommateurs, dans des juridictions étrangères, peuvent instituer des recours collectifs pour violation des dispositions des lois nationales sur la concurrence qui interdisent la vente liée et peuvent bénéficier d'une protection offerte par une disposition d'application générale. L'aisance avec laquelle les consommateurs français sont en mesure de saisir les tribunaux par l'entremise des recours individuels est certainement une évidence de l'efficacité des dispositions d'application générale prévues aux lois de protection de consommateurs. Le fait que les consommateurs disposent également d'un recours auprès d'un tribunal de proximité facilite la mise en application des mesures de protection qui leur sont offertes. La variété des mesures de redressement européennes, recours individuels, possibilité pour les associations de consommateurs de saisir les tribunaux, imposition d'amendes par la communauté européenne ou par les agences gouvernementales chargées de l'application des lois sur la concurrence, assure une protection additionnelle aux consommateurs européens.

Bien que, tout au long de notre analyse, nous avons pris pour exemple les ventes liées pratiquées par Microsoft et par Apple Inc., le temps est venu d'analyser par le biais d'une étude terrain les différentes facettes de la vente liée. Dans la section suivante, nous analysons la

¹⁸⁸ DUMOUT, E. *Après l'Europe, la Corée du Sud condamne Microsoft pour abus de position dominante*, sur le site de ZDNet France, France, le 7 décembre 2005, [En ligne], <http://www.zdnet.fr/actualites/informatique/0,39040745,39293478,00.htm>, (page consultée le 9 septembre 2009).

¹⁸⁹ DUMOUT, E., *Microsoft fait appel de sa condamnation en Corée*, sur le site de ZDNet France, France le 27 mars 2006, [En ligne], <http://www.zdnet.fr/actualites/informatique/0,39040745,39334258,00.htm>, (page consultée le 9 septembre 2009)

¹⁹⁰ OLSEN, K. *South Korea : South Korea Court Rejects Microsoft's request for Stay of Antitrust Sanctions*, 5 juillet 2006. Disponible sur le site Internet de Corpwatch: [En ligne] <http://www.corpwatch.org/article.php?id=13848> (page consultée le 11 juin 2010).

¹⁹¹ *Op. cit.*, note 188.

nature des plaintes des consommateurs en matière de ventes liées ainsi que les secteurs particulièrement problématiques. Nous ferons également état de l'usage de la vente liée ainsi que des problématiques, juridiques et pratiques, qu'elle soulève. Enfin, nous terminerons notre analyse en jetant un regard sur les justifications qui sont données par ceux qui utilisent la vente liée, ainsi que ses avantages et inconvénients pour les consommateurs.

4 ÉTUDE TERRAIN : L'UTILISATION DE LA VENTE LIÉE AU CANADA

4.1 NATURE DES PLAINTES ET SECTEURS PROBLÉMATIQUES

Après une revue de la littérature, nous avons procédé, afin de compléter notre étude, à une demande d'information auprès des entités gouvernementales des provinces et territoires chargées de la protection des consommateurs ainsi qu'à l'envoi d'un questionnaire aux associations de défense des droits des consommateurs susceptibles de recevoir des plaintes à propos de ventes liées. Nous avons, en premier lieu, consulté les rapports annuels de divers organismes gouvernementaux chargés de l'application des lois de protection des consommateurs. Cette consultation s'étant avérée peu concluante, nous avons fait des demandes d'information directement auprès des agences gouvernementales au courant du mois d'août 2009. La majorité des entités gouvernementales nous ont répondu par courriel ou par téléphone. Afin de compléter cette étude terrain, nous avons également procédé à l'envoi d'un questionnaire¹⁹² aux associations de consommateurs au Canada et à l'étranger au courant du mois de mars 2010.

Outre les secteurs d'activités qui font l'objet d'une réglementation spécifique au Canada,¹⁹³ les consommateurs canadiens ne semblent pas porter énormément de plaintes relativement aux pratiques de vente liée. Si on retrouve sur des forums sur Internet les commentaires de consommateurs qui déplorent l'impossibilité de se procurer des ordinateurs qui ne sont pas munis au moment de l'achat de logiciels et de systèmes d'exploitation¹⁹⁴, les consommateurs ne semblent pas avoir recours aux services des agences gouvernementales chargées de la protection des consommateurs ou aux associations de consommateurs pour se plaindre de ces pratiques de vente liée.

Malheureusement, les associations de consommateurs canadiennes qui ont répondu à notre questionnaire ont été rares. Parmi celles qui se sont prêtées à l'exercice, une seule d'entre elles, le Consumer Council of Canada, dit avoir reçu environ 100 plaintes de consommateurs au courant des cinq dernières années sur des sujets qu'on pourrait assimiler à de la vente liée.

Les agences de protection de consommateurs gouvernementales rapportent aussi de leur côté très peu de cas de plaintes à ce sujet. Dans les provinces de Common Law, les entités gouvernementales disent avoir reçu dans le passé un nombre important de plaintes en ce qui concerne la vente liée dans le domaine du prêt sur salaire. Tel que mentionné précédemment, il s'agit d'un des secteurs d'activités qui a fait l'objet de nouvelle réglementation au cours des dernières années. L'Office de la protection du consommateur, au Québec, rapporte une seule plainte enregistrée au cours des dix dernières années pour la vente liée d'ordinateurs et de logiciels.

L'absence de dispositions législatives d'application générale qui interdirait la pratique de la vente liée n'est certainement pas étrangère à ce peu de plaintes enregistrées ; le fait que cette pratique soit tolérée et qu'elle ne soit pas explicitement interdite ou encadrée crée sans aucun

¹⁹² Voir l'Annexe I : Questionnaire envoyée aux associations de défense de droits des consommateurs au Canada et à l'étranger.

¹⁹³ Voir Chapitre 2 : Encadrement législatif canadien et les juridictions étrangères.

¹⁹⁴ Blogue de Jean-François Bédard, <http://francoisbedard.ca/2010/01/06/la-vente-liee-en-informatique/>, (page consultée le 10 mai 2010).

doute chez les consommateurs canadiens le sentiment que cette pratique répandue n'a rien de répréhensible.

Nous avons également envoyé le questionnaire à l'Association francophone des utilisateurs de logiciels libres (AFUL) afin de connaître le nombre moyen de plaintes que reçoit cette association sur le sujet. Tel que mentionné précédemment, les activités de l'AFUL sont justement concentrées sur la vente subordonnée d'ordinateurs munis à l'achat de logiciels et de systèmes d'exploitation de Microsoft. L'AFUL nous informe qu'elle reçoit en moyenne trois ou quatre contacts hebdomadaires de la part de consommateurs qui désirent obtenir de l'information additionnelle ou qui désirent connaître le processus de remboursement pour les logiciels qui leur ont été vendus sans qu'ils les demandent.

Malgré l'absence de plaintes de la part des consommateurs, les pratiques de vente liée existent pourtant bel et bien au Canada.¹⁹⁵ Pour déterminer si certaines pratiques peuvent être identifiées à la vente liée, nous nous appuyons principalement sur une définition large et pragmatique de la vente liée, soit : la méthode de vente qui consiste à imposer au consommateur qui désire se procurer un bien ou un service l'achat d'un autre bien, une définition que rejoignent celles que l'on retrouve aussi bien, au Canada, à la *Loi sur la concurrence* (attendu que c'est dans cette loi que se retrouve la seule définition d'application générale) que dans certaines lois qui s'appliquent à des secteurs d'activités particuliers, tels que les produits et services financiers. Comme nous nous penchons sur cette pratique à la lumière de la protection du consommateur et non de la concurrence, nous ne prenons pas en compte les critères développés par la jurisprudence en cette matière.

Dans le domaine de l'informatique, nous avons relevé deux pratiques assimilables à de la vente liée. Il est bien sûr question de la vente d'ordinateurs déjà munis au moment de la vente du système d'exploitation Windows et des logiciels de Microsoft.¹⁹⁶ Nous avons également identifié une deuxième pratique qui consiste à vendre des « kits » ordinateurs comprenant plusieurs accessoires tels qu'une souris, l'écran et un clavier que le consommateur ne désire pas nécessairement.

Dans le secteur de l'électronique, nous avons recensé deux pratiques qui équivalent à de la vente liée. Certains manufacturiers des produits électroniques, tels que les caméras digitales, intègrent à leurs produits des barrières technologiques qui interdisent l'usage avec leurs appareils de certains accessoires qu'ils fabriquent mais que d'autres manufacturiers proposent aussi (les cartes mémoire compatibles avec les caméras digitales, par exemple). C'est le cas

¹⁹⁵ Voir l'Annexe 1.

¹⁹⁶ Nous sommes conscients que la vente des ordinateurs MAC de la compagnie Apple, munis du système d'exploitation OS sans préciser la prix du système d'exploitation et des logiciels préinstallés constitue une pratique identique. (FERRAN, Benjamin. *Détail des prix* : « *Apple ne doit faire exception* », le 25 juin 2008, [En ligne] <http://www.macgeneration.com/news/voir/130764/detail-des-prix-apple-ne-doit-pas-faire-exception> (page consultée le 20 juin 2010)). Le fait qu'Apple ne fasse pas l'objet de plaintes pour cette pratique, et qu'il ne fasse pas l'objet de recours judiciaires, surtout en Europe, s'explique de plusieurs façons. En premier lieu, la part de marché d'Apple est très loin d'équivaloir à celle des PC. En deuxième lieu, le système d'exploitation Mac OS est conçu uniquement pour les ordinateurs de marque MAC et non pour une panoplie d'ordinateurs provenant de fabricants variés. Le prix du logiciel d'exploitation, beaucoup moins élevés que celui du système d'exploitation de Windows et le fait que le Mac soit perçu et vendu comme un système intégré sont probablement d'autres points à prendre en considération. Il n'en demeure pas moins que, techniquement, la vente des ordinateurs Mac munis du système d'exploitation et de logiciels, dont le prix et l'installation ne sont pas connus des consommateurs constitue également, et au même degré, de la vente liée.

notamment chez Sony, dont les appareils photo n'acceptent que les cartes mémoire produites par cette entreprise. On retrouve cette même pratique chez les fabricants d'imprimantes ; en munissant leurs cartouches d'encre de puces électroniques, certains manufacturiers interdisent l'usage de cartouches qui seraient fabriquées par des concurrents, malgré qu'elles soient par ailleurs compatibles.

Nous avons aussi identifié dans le domaine de l'automobile, de la vente au détail et des télécommunications, des pratiques qui, selon nous, pourraient être assimilées à de la vente liée. En premier lieu, relevons la vente et la fourniture de téléphones «intelligents», tels que le *iPhone* auprès d'un fournisseur unique. Lors du lancement de cet appareil au Canada, le fabricant, Apple, a annoncé qu'il ne serait disponible que chez le fournisseur de service Rogers, et ce, malgré le fait que ce fournisseur n'est pas le seul à offrir un service compatible.

On pourrait aussi arguer que la pratique utilisée par tous les fournisseurs de services mobile au Canada et qui consiste à offrir un téléphone gratuit ou à rabais si le consommateur signe avec eux un abonnement d'une durée de un, deux ou trois ans pourrait être considérée comme constituant de la vente liée.

Cette façon de considérer cette pratique a d'ailleurs été retenue à l'étranger : la Finlande, considérant qu'il s'agit de vente liée, a pris le soin d'interdire de lier les abonnements de service à la remise d'un téléphone gratuit ou à rabais.¹⁹⁷ Cette vente liée d'autant plus évidente que les téléphones soient verrouillés et qu'ils ne pourront donc être utilisés auprès d'un autre fournisseur.

Nous sommes également d'avis que l'obligation imposée au consommateur qui désire obtenir un service Internet d'acquiescer auprès du fournisseur de service, par achat ou location, un modem spécifique alors qu'un même modèle ou un modèle compatible est disponible constitue de la vente liée.

La pratique des fabricants et concessionnaires d'automobiles neuves qui imposent au consommateur qui désire certaines options additionnelles l'achat un modèle de véhicule d'une catégorie supérieure, plus dispendieux, qui inclura nécessairement des options supplémentaires non requises, constitue aussi vraisemblablement de la vente liée. Par exemple, le consommateur qui désire une Mazda 3 GS 2010 ne pourra avoir le toit ouvrant en option ; s'il désire cette option, il devra se procurer le «groupe confort», qui, outre le «toit ouvrant vitré à relèvement /coulissement électrique, [comprend également le] système de contrôle de traction/ antipatinage, [et le] contrôle dynamique de la stabilité»¹⁹⁸. Si ce sont des sièges en cuir qu'il désire, il devra opter pour une Mazda 3 de catégorie GT, qui comprend le « groupe de luxe » (sièges en cuir, siège de conducteur à mémorisation de réglages, siège conducteur à réglage électrique 8 direction, couvercle de console coulissant en similicuir souple), mais il devra de plus défrayer des coûts pour le toit ouvrant qui, bien que ne faisant pas partie du «groupe de luxe », est obligatoire lors l'achat de ce groupe.¹⁹⁹

¹⁹⁷ CONSUMER AGENCY. *New Tie-In Sale Legal Provisions as of 2 April 2009- Steps Forward and back for Consumers*, Finlande, 31 mars 2009, [En ligne], <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/d1bc11a7-7371-4140-8681-eb744f0400c8.aspx?groupId=fc5a839d-cc80-41a9-ad40-65e6a50d16a8&announcementId=13978360-dc03-483f-ae5f-1ab6aed7bc23>, (page consultée le 5 août 2009).

¹⁹⁸ Voir le site Internet de Mazda Lévis (dans la province de Québec): http://www.levismazda.com/main+fr+01_110+Levis_Mazda-Mazda3_2010.html?ModeleID=33, (page consultée le 10 mai 2010).

¹⁹⁹ *Ibid.*

Il est évident que, bien qu'elle soit encadrée par la *Loi sur la concurrence*, la pratique de la vente liée est encore tolérée, et pratiquée sans vergogne dans des secteurs d'activités qui ne sont pas réglementés sur cet aspect. Certains sont d'avis que la vente liée offre des avantages tant pour les consommateurs que pour les entreprises, alors que d'autres n'y voient qu'un moyen pour les entreprises d'imposer aux consommateurs l'achat de biens et services qu'ils ne requièrent pas ou qu'ils pourraient se procurer ailleurs. Dans la section suivante, nous étudierons les effets de la vente liée, les arguments en faveur et contre cette pratique ainsi que les avantages et inconvénients qu'elle présente pour les consommateurs.

4.2 USAGE ET EFFETS DE LA VENTE LIÉE : JUSTIFICATIONS, AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS

La décision d'une entreprise de lier deux produits découle vraisemblablement de son désir de faire prospérer ses affaires. Il est à prévoir que si l'entreprise décide de l'adopter, ce n'est vraisemblablement pas parce qu'elle représentera une diminution de ses profits. Certains, tel l'Institut Économique Molinari de Belgique, sont même d'avis que cette pratique peut avoir des avantages réels pour le consommateur et que l'entreprise qui décide de lier certains produits le fait souvent dans le meilleur intérêt du consommateur.²⁰⁰

4.2.1 Avantages et justifications de la vente liée pour les entreprises

Pour le commerçant, la vente liée ne semble présenter que des avantages. Cette pratique lui assure en premier lieu de pénétrer le marché du produit lié dont il impose l'achat au consommateur. La théorie économique du « *leverage* », développée principalement par l'École de Chicago, soutient que la vente liée permet à l'entreprise qui détient une position monopolistique dans un marché (le marché du produit clé) d'étendre son pouvoir monopolistique dans le deuxième marché, soit celui du produit lié.²⁰¹ Dans la mesure où le commerçant détient une position dominante sur le marché clé, la vente liée lui permet d'écarter aussi ses concurrents pour le produit lié. Microsoft, en liant son application logicielle Internet Explorer à son système d'exploitation, a réussi à écarter pendant plusieurs années ses concurrents – on pensera à Netscape, par exemple, qui dominait le marché au milieu des années 90, mais dont la lente agonie a débuté avec l'intégration par Microsoft d'Internet Explorer dans le système d'exploitation Windows 95. La vente liée pratiquée par une entreprise qui se trouve en position dominante pourra même vraisemblablement permettre à un produit lié qui serait de moindre qualité d'acquérir une plus grande part du marché que les produits concurrents. De plus, en liant un produit moins désiré avec un produit très convoité par les consommateurs, les entreprises accroissent leurs ventes ainsi que leur chiffre d'affaires de la même manière que si la demande avait soudain augmenté.

Les entreprises avancent différentes justifications à leur utilisation de la vente liée. Certains auteurs sont d'avis que l'utilisation de la vente liée peut être un moyen pour le commerçant de contrôler la qualité des produits et services qui seront dans bien des cas requis avec un produit clé. Dans les circonstances où le commerçant lie l'achat de son produit avec son service après-

²⁰⁰ INSTITUT ÉCONOMIQUE MOLINARI. *DG Competition Discussion paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses-Commentaire*, date inconnue, [En ligne], http://ec.europa.eu/competition/antitrust/art82/024_en.pdf, (page consultée le 10 mai 2010).

²⁰¹ *Op. cit.*, note 67, p. 473.

vente, par exemple, il assure la qualité du service rendu.²⁰² En liant ses propres cartouches d'encre avec son imprimante, il s'assure du maintien des performances de l'imprimante. Par la même occasion, le commerçant s'assure également de bien protéger sa réputation, en contrôlant la qualité du service après vente, en assurant aux consommateurs qu'ils peuvent avoir confiance dans leur produit... quitte à dénigrer pour ce faire les produits ou services concurrents. L'argument du contrôle de la qualité est utilisé notamment par les manufacturiers automobiles qui, afin de protéger la réputation de leurs automobiles, exigeront que les concessionnaires ne vendent que les pièces que les manufacturiers fournissent eux-mêmes.²⁰³

Finalement, les commerçants et manufacturiers font usage de la vente liée afin d'être en mesure de déterminer le prix le plus élevé qu'ils pourront demander aux grands utilisateurs du produit clé. L'exemple de cette pratique que donne l'auteur Trebilcock est le suivant :

« When IBM sold adding machines that required punch cards, it required its customers to use IBM cards, which it supplied at a variable price in excess of marginal cost. The sale of cards was effectively a means of monitoring the intensity of a buyer's use. It is reasonable to assume that the more intense users of the product had the highest willingness to pay for the product. »²⁰⁴

Les commerçants tentent aussi par ce biais de réduire les coûts de transaction (tant pour les consommateurs que pour eux-mêmes), en liant certains produits qui seraient complémentaires. Par exemple les souliers sont vendus avec des lacets et le lecteur MP3 avec les écouteurs. Comme le mentionne l'auteur Trebilcock, ce type de vente liant des produits complémentaires est en effet très efficace²⁰⁵ pour le commerçant comme pour le consommateur. Peut-on alors aussi prétendre que la pratique qui consiste à lier les produits de deux marchés distincts est également avantageuse pour le consommateur ?

4.2.2 Avantages et inconvénients de la vente liée pour les consommateurs

Si les associations qui veillent à la défense des droits des consommateurs ne relèvent que difficilement les avantages que pourrait procurer la vente liée aux consommateurs, l'Institut Économique Molinari de Belgique est cependant d'avis contraire, soutenant que la pratique offre plusieurs avantages au consommateur, à savoir : (1) les consommateurs obtiennent les biens qu'ils désirent à moindre coût ; (2) les consommateurs achètent un bien prêt à l'emploi ; (3) les consommateurs bénéficient d'un produit fonctionnant adéquatement car le vendeur est souvent la personne la mieux placée pour assurer que les produits complémentaires donnent lieu à un fonctionnement optimal du produit clé.²⁰⁶

Si à première vue ces arguments pouvaient sembler séduisants, on rétorquera aisément que : (1) la vente liée fait souvent en sorte que le consommateur se voit forcé d'acquiescer, lorsqu'il se procure un bien ou un service, un produit lié qu'il n'aurait pas acheté (ou qu'il aurait pu se procurer à moindre coût) et dont l'ajout augmente le prix du produit cible ; (2) le consommateur peut se voir forcé d'acheter un bien qui est prêt à un emploi qui n'est pas celui qu'il désire en faire, ou qui inclut des emplois dont il n'a que faire, ce qui entraîne des coûts pour un produit lié

²⁰² *Op. cit.*, note 67, pp. 464-465.

²⁰³ *Ibid.*

²⁰⁴ *Op. cit.*, note 67, p. 466.

²⁰⁵ *Op. cit.*, note 67, p. 463.

²⁰⁶ *Op. cit.* note 206, pp 1-3.

inutile ; (3) si, dans certaines circonstances, on peut admettre que le vendeur est le mieux placé pour assurer quels produits complémentaires donneront lieu à un fonctionnement optimal du produit clef (on pense par exemple aux contraintes technologiques réelles que présentent certains produits), il nous semble un rien naïf de croire que les commerçants, poussés par la recherche de profit, n'écarteront dans tous les cas des produits complémentaires compatibles proposés par des concurrents (ou des entreprises avec lesquelles ces commerçants n'ont pas de lien d'affaires) que dans l'unique but d'assurer un fonctionnement optimal du produit clé. Il apparaît donc fort difficile d'accepter sans sourciller comme étant déterminants les avantages avancés par l'Institut Économique Molinari.

Il semble clair, et c'est la raison pour laquelle les pratiques de vente liée sont encadrées par des lois sur la concurrence, que, par la pratique de la vente liée, les entreprises tentent d'écarter du marché leurs compétiteurs et limitent ainsi la possibilité pour les consommateurs d'avoir recours à des produits fournis par d'autres commerçants, qui pourraient s'avérer des choix plus intéressants ou plus satisfaisants.

Le fait que le consommateur soit dans l'obligation, lorsqu'il se procure un produit clé, d'acquérir quelque chose qu'il ne désire pas, ou pour lequel il perdra, du fait de la vente liée, tout contrôle sur le prix, sur les fonctions ou sur la qualité, ne nous apparaît présenter pour ce dernier aucun avantage. Le fait que ce produit lié soit inclus sans que soit clairement indiquée la portion du prix total que représente cet ajout au produit clef ne nous semble pas non plus présenter quelque avantage pour le consommateur : comment pourra-t-il, dans ces conditions, profiter des avantages de la concurrence et comparer les prix des produits, que ce soit le produit clef ou le produit lié ?

Si la vente liée était réellement dans l'intérêt du consommateur, nous sommes d'avis que cette pratique ferait l'objet d'une représentation transparente par les commerçants, qui verraient dans cette transparence même, qui représenterait un excellent argument de vente, un avantage supplémentaire à ceux que leur procure la vente liée. Le consommateur canadien procède toutefois, dans l'état actuel des choses, à l'achat de biens ou de services liés à son insu ou suite à de l'information erronée fournie par le commerçant ou le fabricant, et ce, sans aucune indication de la surcharge qu'entraîne pour lui le produit lié. Dans le meilleur des cas, une telle transparence mettrait pratiquement fin à la vente liée, puisque le commerçant offrirait au consommateur de lier des produits, en lui présentant les avantages que ce dernier en retirerait.

Plutôt que d'avantager le consommateur, la vente liée renforce encore le déséquilibre qui existe déjà entre le consommateur et le commerçant, puisqu'elle met le consommateur dans une position de vulnérabilité accrue en le forçant, pour pouvoir avoir accès au bien ou au service qu'il désire, à procéder à l'obtention d'un bien qu'il ne désire pas acquérir, et ce, sans lui indiquer le coût supplémentaire que lui entraîne cet ajout. On constate le caractère bien réel de cette vulnérabilité en observant les pratiques mises en place par plusieurs commerçants dans des juridictions où la loi les oblige à rembourser au consommateur les sommes que représenteraient les produits liés non désirés : en France, le consommateur qui désire obtenir le remboursement des logiciels pré-installés sur l'ordinateur qu'il achète devra, pour obtenir le remboursement, retourner l'ordinateur au fabricant et attendre parfois plusieurs semaines avant que soient enlevés les logiciels et système d'exploitation non désirés et que l'appareil lui soit retourné.

Il nous semble donc que les inconvénients dépassent largement, pour les consommateurs, les avantages que présentent la vente liée.

4.3 PROBLÉMATIQUES JURIDIQUES DE LA VENTE LIÉE

Si des obligations d'information sont imposées aux commerçants par bon nombre de lois canadiennes sur la protection du consommateur, les commerçants qui pratiquent la vente liée semblent se permettre de traiter un peu légèrement ces obligations, voire d'en faire totalement fi. À titre d'exemple, les commerçants sont tenus d'informer le consommateur des termes du contrat avant sa signature. Les lois de protection de consommateurs prévoient une panoplie d'obligations et d'interdictions pour les commerçants qui sont négligées lors de la vente liée : obligation quant à l'affichage unitaire des prix, interdiction de fausse représentation, publicité trompeuse et mensongère.

Attendu que les dispositions des lois sur la protection de consommateurs sont plus au moins similaires d'une province canadienne à l'autre et que nous nous pencherons sur les dispositions qui s'appliquent de façon générale à l'ensemble des contrats de consommation, notre analyse se concentrera sur les effets juridiques de la vente liée en s'appuyant sur les dispositions législatives de la *Loi sur la protection du consommateur* du Québec.

Un des éléments essentiels de la formation du contrat, tant en droit civil qu'en *Common Law*, est le consentement des parties.²⁰⁷ Pour qu'il y ait contrat, le consentement des parties doit être libre et éclairé.²⁰⁸ Il est difficile de concevoir que le consentement du consommateur est libre et éclairé si, lorsqu'il procède à l'achat d'un produit, il ignore qu'on lui impose de s'en procurer d'autre (ou qu'on le force à le faire alors qu'il ne désire pas acquérir ces produits liés), sans l'aviser que le prix du bien qu'il acquiert est de ce fait augmenté ou de combien il l'est. On pourrait donc aller jusqu'à se demander si les ventes liées constituent des contrats valablement formés.

La Loi sur la protection du consommateur (LPC) impose au commerçant l'obligation d'afficher le prix de vente de chaque bien offert en vente dans son établissement de manière claire et lisible.²⁰⁹ Lors de la vente liée d'ordinateurs déjà munis de système d'exploitation et de logiciels, le prix de ces produits liés n'est évidemment pas indiqué, le seul prix affiché étant celui, « tout inclus », de l'ordinateur auquel ils sont ajoutés. Le consommateur n'a alors pas connaissance du prix qu'il paie pour le système d'exploitation et les logiciels qu'il pourrait fort bien ne pas désirer et ne pas envisager d'utiliser. Comme le consentement nécessaire à la formation du contrat, à tout le moins sur les considérations essentielles, doit être libre et éclairé, et comme le prix est certes une de ces considérations essentielles, la vente liée, outre qu'elle contrevient aux obligations d'information qui lient le commerçant, pourrait donc être considérée comme une pratique qui pose un frein à la conclusion même du contrat.

Pour ce qui est de la vente en ligne, les dispositions de la LPC qui portent sur les contrats à distance exigent que le commerçant dévoile au consommateur, avant la conclusion du contrat, certains renseignements importants²¹⁰. Parmi ces éléments à divulgation obligatoire se trouve «une description détaillée de chaque bien ou service faisant l'objet du contrat, y compris ses caractéristiques et ses spécifications techniques [et] un état détaillé du prix de chaque bien ou service faisant l'objet du contrat, des frais connexes qu'il exige, de même que du coût de tout

²⁰⁷ Code civil du Québec, Art. 1386.

²⁰⁸ Art. 1399, al.1 C.c.Q. Alors qu'en droit civil nous parlons du consentement libre et éclairé, en *Common Law*, ce concept est connu sous l'appellation *consensus ad idem*.

²⁰⁹ Art. 223, *Loi sur la protection du consommateur*, ch. P-40.1.

²¹⁰ Art. 54.4, *Loi sur la protection du consommateur*, ch. P-40.1.

droit exigible en vertu d'une loi.»²¹¹ Ne pas informer le consommateur du fait que ce qui fait l'objet du contrat comprend un ou des produits liés et de ne pas mentionner leur prix paraît donc contrevenir à cette obligation d'information.

L'absence de ces renseignements, tant lors de la vente à distance que lors de la vente en magasin, laisse aussi croire que le commerçant viole les dispositions qui interdisent au commerçant d'omettre un fait important lors d'une représentation.²¹²

Soulignons au passage que les logiciels préinstallés sur les ordinateurs exigeront du consommateur qu'il accepte préalablement à leur utilisation un contrat de licence, et que le refus d'accepter ce contrat rendra inutilisable les logiciels. Ce fait et la possibilité, en cas de refus du contrat de licence, d'obtenir le remboursement de ces produits liés ne devraient-ils pas être considérés comme des faits importants, voire essentiels?

La question se pose : «Que pourra faire le consommateur ?» Si ce dernier a accepté la vente liée, c'est qu'il désire le produit principal. Malgré la validité questionable du contrat, il ne voudra sûrement pas procéder à son annulation. Le fait qu'il n'existe pas de jurisprudence rend délicate toute présomption de ce qu'un tribunal pourrait décider si un tel recours était entrepris.

Nous pouvons faire une brève analyse des dispositions juridiques d'application générale qu'à titre d'exemple, le consommateur québécois pourrait invoquer devant les tribunaux alors qu'il se verrait imposer une vente liée. En premier lieu, le commerçant qui prétend que le fait que les ordinateurs soient déjà munis de systèmes d'exploitation, tel que Windows, laisse sous-entendre qu'il s'agit d'une pratique répandue et que l'utilisation de Windows constitue la norme dans l'industrie informatique; l'article 221(c) de la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC) interdit toute fausse représentation (affirmation, comportement ou omission) sur une prétendue norme.

Lors de la vente de certains produits liés, surtout dans le domaine informatique, les commerçants prétendent souvent que les produits sont fabriqués « tel quel » et que les produits liés ne peuvent pas être dissociés; ces deux représentations sont en contravention de l'article 222(d) de la *Loi sur la protection du consommateur*, qui prohibe au commerçant de prétendre faussement qu'un bien a un mode de fabrication déterminé.

Outre le fait que le commerçant a l'obligation d'indiquer le prix de chaque bien, l'article 225 de la LPC lui interdit de prétendre faussement qu'un prix est avantageux. Dans le cas de la vente liée des ordinateurs munis de systèmes d'exploitation et de logiciels, par exemple, le commerçant, en ne dévoilant pas le prix du système d'exploitation et des logiciels qui sont inclus dans le prix demandé pour l'appareil, pousse le consommateur à croire que le prix de l'ordinateur est avantageux, car plusieurs logiciels et un système d'exploitation sont inclus. N'étant pas informé du fait qu'il paye en réalité pour le système d'exploitation, le consommateur est poussé à croire qu'il tire un avantage de l'inclusion de logiciels, alors qu'il en paye tout de même le prix.

Étant donné que le consommateur n'a pas demandé que lui soit vendu le produit lié, soit dans l'exemple qui nous concerne, le système d'exploitation et les logiciels, le commerçant contrevient également à l'article 230(a) de la LPC en exigeant le paiement d'une somme pour un bien ou un service que le consommateur n'a pas demandé.²¹³

²¹¹ *Ibid*, aux paragraphes d et e.

²¹² Art. 228, *Loi sur la protection du consommateur*, ch. P-40.1.

²¹³ Art. 230(a), *Loi sur la protection du consommateur*, ch. P-40.1.

Enfin, nous sommes d'avis que les commerçants pratiquant la vente liée violent également les dispositions sur l'interdiction de publicité trompeuse ou mensongère. Par exemple, l'article 41 de la *Loi sur la protection du consommateur* du Québec est à l'effet qu'«un bien ou un service fourni doit être conforme à une déclaration ou à un message publicitaire fait à son sujet par le commerçant ou le fabricant. Une déclaration ou un message publicitaire lie ce commerçant ou ce fabricant.» Dans bien des cas où la vente liée a lieu, les publicités n'indiquent pas l'existence des produits liés. Il s'agit donc souvent d'un fait qui est passé sous silence.

Comme nous le mentionnions plus haut, toutes ces violations apparentes de la loi n'ont pas fait, à notre connaissance, l'objet d'interprétation jurisprudentielle. Le simple fait que les ventes liées semblent à ce point contraires à l'esprit et à la lettre de la loi, indique, nous semble-t-il, le sérieux de la problématique.

5 CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

5.1 CONCLUSIONS

La vente liée est une pratique répandue dans plusieurs domaines de consommation. Parce que cette pratique est susceptible d'affecter la concurrence, la *Loi sur la concurrence*, la seule loi canadienne qui définit, de façon très complète, par ailleurs, ce qu'est de la vente liée, permettra d'attaquer, à la pièce, l'utilisation d'une telle pratique. Comme nous l'avons vu, il pourra s'avérer très difficile d'intenter une poursuite à l'encontre d'un commerçant étant donné les éléments de preuve nécessaires pour l'octroi de la permission par le Tribunal de la concurrence. Ce recours ne sera toutefois pas accessible aux consommateurs, la demande d'autorisation devant alléguer le dommage que cette pratique cause à l'entreprise du demandeur.

C'est pourtant dans cette seule loi que se retrouve une disposition spécifique et d'application générale visant les ventes liées.

Ce n'est que dans des cas de vente liée où les consommateurs se sont plaints énormément que les législateurs des provinces et le législateur fédéral ont jugé bon d'intervenir ; c'est notamment le cas dans le domaine des services financiers. Les dispositions provinciales qui réglementent la vente liée sont quant à elles très rares et ne s'appliquent, selon les dispositions et les lois qui les prévoient, qu'à certains contrats de consommation : contrats de crédit liés à des contrats d'assurance, contrats de service à exécution successive, contrats de services funéraires et contrats de prêts sur salaire.

La pratique, de plus en plus généralisée, ne fait donc pas l'objet au Canada de réglementation ou d'interdiction spécifique qui serait d'application générale. Certaines mesures prévues aux lois provinciales visant la protection des consommateurs pourraient vraisemblablement être invoquées par le consommateur qui contesterait une vente liée : l'obligation d'acquiescer un bien ou un service supplémentaire ou d'acquiescer celui que choisit le commerçant, le prix payé pour le produit clé, qui aura vraisemblablement augmenté de celui des produits liés, etc. On pense par exemple aux mesures qui portent sur l'affichage des prix et sur l'interdiction de fausses représentations. Le consommateur pourrait également invoquer les dispositions à caractère général portant sur la bonne foi, voire même sur les règles de formation des contrats. Il est difficile de présumer du traitement que les tribunaux réserveraient à des demandes qui s'appuieraient sur de tels arguments en matière de vente liée.

En effet, selon les organismes provinciaux chargés de la protection des consommateurs et les organismes qui travaillent à assurer la défense de leurs droits, la vente liée ne fait pas partie des motifs de plainte des consommateurs canadiens. Est-ce parce que les consommateurs canadiens s'en accommodent et y trouvent leur profit? Certains auteurs affirment en effet que la vente liée présente pour les consommateurs des avantages incontestables: le consommateur achète un bien prêt à l'usage, il bénéficie d'un produit qui fonctionne adéquatement, puisque le commerçant s'assure que les produits complémentaires permettent un fonctionnement optimal, et enfin, le consommateur profite de l'achat d'un bien qu'il désire à moindre coût. Comme nous l'avons vu, le fait de vanter tous ces prétendus avantages ne peut que relever d'une grande naïveté.

Par ailleurs, il appert de la présente recherche, que ces avantages ne sont pas tous réels pour le consommateur qui n'a pas toujours l'avantage d'avoir un bien prêt à l'usage. En effet, un bien prêt à l'usage répondrait plutôt à l'usage qu'entend faire le consommateur du bien et non à l'usage que le commerçant suppose convenir au consommateur. Dans l'exemple des ordinateurs qui sont vendus avec les logiciels préinstallés, qu'en est-il du fait que le consommateur qui ne désire pas ces logiciels devra les désinstaller et par la suite ajouter les logiciels qu'il désire? De plus, le fonctionnement adéquat du bien dépend également de l'usage qu'entend faire le consommateur du bien. S'il existe encore une fois des logiciels ou encore un système d'exploitation qui conviendrait mieux au besoin du consommateur par rapport à ceux qui sont déjà installés sur l'ordinateur, ce dernier se verra contraint de désinstaller les logiciels et le système d'exploitation dont la vente est liée à l'ordinateur afin de le munir des programmes qu'il désire. Enfin, il n'est pas vrai que le consommateur obtient le bien qu'il désire à moindre coût. En premier lieu, il est difficile pour le consommateur canadien de connaître le prix de biens qui sont liés au produit qu'il désire acquérir, car les prix des différents produits ne sont pas affichés. Et comment convient-on qu'il s'agit vraiment d'un prix plus avantageux pour le consommateur obligé de payer pour des produits liés de ne veut pas nécessairement?

Si les consommateurs canadiens ne se plaignent pas ouvertement des ventes liées, cela ne pourrait-il tout simplement tenir au fait que, attendu que cette pratique n'est pas interdite, ils présument qu'elle n'a rien de répréhensible? Il est à cet effet fort intéressant de constater que, dans les juridictions dans lesquelles la vente liée est interdite, les consommateurs contestent les contrats et que des mouvements s'organisent pour mettre fin à certaines pratiques de vente liée.

La France et la Belgique, par exemple, ont adopté des dispositions spécifiques sur la vente liée et les pratiques qui y sont assimilables, et les consommateurs n'hésitent pas à saisir les tribunaux pour les faire respecter, profiter des protections qui y sont prévues ou exiger des commerçants le remboursement des sommes qu'ils estiment avoir payées en trop du fait de la vente liée.

Vu la multiplication de cette pratique, vu l'incertitude devant laquelle se retrouverait le consommateur qui voudrait la contester, les législateurs provinciaux soucieux de la protection du consommateur devraient envisager, à l'instar de plusieurs juridictions étrangères, l'adoption de dispositions spécifiques encadrant la vente liée. Une interdiction de cette pratique aurait de plus pour effet de favoriser une concurrence qui pourrait à son tour bénéficier au consommateur.

Des dispositions encadrant, voire interdisant la vente liée, contenues dans un corps législatif qui vise la protection du consommateur, qui seraient rédigées de manière plus limpide que, par exemple, les lois sur la concurrence, permettraient d'écarter les inconvénients que cette pratique impose aux consommateurs et, le cas échéant, faciliteraient les recours, puisque ce type de loi leur donne accès à des tribunaux mieux adaptés aux litiges de consommation que peut l'être le Tribunal de la concurrence.

5.1.1 Démarches à entreprendre

Les provinces et territoires canadiens devraient donc, selon nous, adopter des dispositions d'application générale qui régissent spécifiquement la vente liée dans les contrats de consommation. Une telle mesure devrait idéalement indiquer clairement que la vente liée est une pratique interdite dans toutes les circonstances. Il sera évidemment nécessaire pour les

entités gouvernementales chargées de l'application des lois de protection de consommateurs de prendre les mesures qui s'imposent afin d'informer les consommateurs de l'existence de cette nouvelle mesure de protection.

Les législateurs provinciaux pourraient s'inspirer, pour la définition de cette nouvelle pratique interdite, de celle qui se retrouve à la *Loi sur la concurrence* ou des lois françaises et belges. À l'instar de législations étrangères, la loi qui interdit la vente liée comme condition essentielle au contrat devrait établir les conditions dans lesquelles le commerçant peut proposer de jumeler certaines ventes (affichage des prix de chacun des biens offerts, disponibilité en magasin de chacun de ces biens individuellement, etc.). Il serait également raisonnable de prévoir que toute vente liée pratiquée par un commerçant est inopposable au consommateur et d'établir, en vue d'alléger le fardeau de preuve du consommateur, des circonstances factuelles qui établiraient une présomption de vente liée.

Les dispositions interdisant la vente liée devraient idéalement assurer que toutes les manières de lier les ventes sont couvertes (on pense par exemple aux barrières technologiques qui empêchent le consommateur d'utiliser les accessoires des concurrents), mais prévoir aussi, en se basant sur le modèle français, les circonstances où la vente de certains produits ne constituerait pas de la vente liée, et ce, en vue d'éviter les résultats absurdes (l'exemple des souliers munis de lacets et celui de l'emballage sont éloquentes) ou des interdictions à des pratiques légitimes (pensons notamment à certains produits tels que les allumettes, les chocolats, qui sont habituellement proposés en lot). Dans l'éventualité où la loi contiendrait certaines exceptions à l'interdiction de vente liée, un encadrement devrait naturellement être prévu pour assurer malgré tout une protection optimale au consommateur.

Étant donné que nous jugeons essentiel de voir à ce que les consommateurs soient mieux protégés contre la pratique de la vente liée et de tenter de rétablir un tant soit peu sur cet aspect l'équilibre des forces entre commerçant et consommateur, nous sommes donc d'avis qu'il est nécessaire que soient adoptées des dispositions législatives qui régleront adéquatement la pratique de la vente liée. Afin d'y parvenir, nous soumettons les recommandations qui suivent.

5.2 RECOMMANDATIONS

- Attendu que la pratique de la vente liée est très répandue dans plusieurs secteurs de la consommation ;
- Attendu que la réglementation à portée générale de la vente liée au Canada ne vise que les atteintes à la concurrence ;
- Attendu que cette réglementation s'avère déficiente pour ce qui est des contrats de consommation et que les recours prévus ne sont pas ouverts aux consommateurs ;
- Attendu que la vente liée en matière de contrats de consommation n'est réglementée spécifiquement par les législateurs provinciaux que dans quelques secteurs ;
- Attendu que les législateurs de plusieurs provinces et le législateur fédéral ont jugé bon d'intervenir dans certains domaines problématiques tels que les produits et services financiers, les contrats de crédit, les prêts sur salaire et les services funéraires ;
- Attendu que les dispositions légales existantes ne permettent pas aux consommateurs d'intenter directement des recours à l'encontre d'une pratique de vente liée, si ce n'est dans les secteurs réglementés de manière spécifique ;
- Attendu que la vente liée comporte plus de désavantages que d'avantages réels pour les consommateurs ;
- Attendu que le consommateur doit être en mesure de choisir non seulement les biens et services qu'il désire acheter, mais également le commerçant avec qui il désire faire affaire, et ce, pour chacun des produits qu'il désire acquérir ;
- Attendu que la vente liée tend à accroître le déséquilibre contractuel existant entre le commerçant et le consommateur ;
- Attendu que le législateur a le devoir d'intervenir pour rétablir l'équilibre entre le commerçant et le consommateur relativement à des pratiques répréhensibles ;
- Attendu que la pratique de la vente liée est répréhensible sous plusieurs aspects ;
- Attendu que l'absence d'un encadrement clair de la pratique de vente liée est susceptible de laisser croire aux consommateurs que cette pratique n'a rien de répréhensible ;
- Attendu que les juridictions étrangères où une interdiction de vente liée a été prévue aux lois de protection de consommateurs permettent aux consommateurs de faire valoir leurs droits face aux commerçants lorsqu'ils sont confrontés à une pratique de vente liée et qu'ils utilisent effectivement les recours qui sont à leur disposition ;
- Attendu que l'interdiction de la vente liée est susceptible de favoriser la concurrence et, de ce fait, de profiter aux consommateurs aussi bien qu'aux entreprises ;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux :

1. D'adopter des dispositions législatives qui encadrent de manière spécifique, et ce, pour tous les secteurs de la consommation, la pratique de la vente liée, en l'interdisant dans toutes les circonstances et la déclarant inopposable aux consommateurs ;
2. Que les mesures interdisant la vente liée se retrouvent dans les lois sur la protection du consommateur afin d'en faciliter l'application ;
3. D'exiger que soient mis en place par le commerçant des systèmes de remboursement simples, rapides et efficaces de sommes payées par le consommateur qui s'est vu imposer une vente liée ;
4. Préciser dans les lois de protection de consommateurs que tant la vente liée de biens et de services est visée par l'interdiction de vente liée.

- Attendu que l'absence de contrainte distingue la vente en lot et les bouquets de services de la vente liée;
- Attendu que la vente en lot et les bouquets de services peuvent être avantageux pour le consommateur ;
- Attendu que le consommateur a le droit d'être correctement informé de la composition du bouquet et de l'avantage que représente cette acquisition en bouquet ;

Union des consommateurs recommande aux législateurs provinciaux, dans le cadre de la réglementation de la vente liée :

5. De prévoir aux lois sur la protection du consommateur une définition de la vente liée en s'inspirant non seulement de la *Loi sur la concurrence*, mais également des dispositions française et belge qui encadrent la vente liée ;
 6. De ne permettre la vente en lot que si la composition du lot ainsi que le prix de chaque produit composant le lot sont indiqués, et que si le consommateur peut se procurer individuellement chez le même commerçant les produits qui composent le lot et qu'il en soit convenablement informé.
-
- Attendu que la vente liée dans certains secteurs d'activités est règlementée de manière spécifique;
 - 7. Union des consommateurs recommande que le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux harmonisent la réglementation des secteurs d'activités spécifiques aux dispositions de la vente liée d'application générale afin d'assurer une cohérence législative.

MÉDIAGRAPHIE

LOIS ET RÈGLEMENTS

Europe

- Directive 2005/29/CE du Parlement Européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans les marchés intérieurs.

France

- Arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix
- Code de la consommation
- Code de commerce

Belgique

- Loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur

États-Unis

- Bank Holding Act of 1956 12 U.S.C.
- Clayton Antitrust Act, 15 U.S.C. §§ 12-27
- Federal Trade Commission Act, 15 U.S.C. §§ 41-58
- Sherman Antitrust Act, 15 U.S.C. §§ 1-7.

Californie

- Cartwright Act, Cal. Bus. & Prof. Code §§ 16720 and 16726

Arizona

- A.R.S. § 44-1402

Floride

- Florida Antitrust Act of 1980, § 542.18, Florida Statutes

Delaware

- 6 Del. C. § 2103

Indiana

- IC 24-1-2-1.

Canada

- Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, L.C. 2001, c. 9
- Loi sur les banques, L.C. 1991, c. 46.
- Loi sur la concurrence, L.R., 1985, ch. C-34.
- Loi constitutionnelle de 1867 (R.-U.), 30 & 31 Vict., c. 3.
- Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt, L.C. 1991, c. 45.
- Règles du Tribunal de la Concurrence, DORS/2008-141.

Québec

- Code civil du Québec, L.Q. 1991. C. 64.
- Loi sur la distribution de produits et services financiers, L.R.Q., c. D-9.2.
- Loi sur la protection du consommateur, L.R.Q., c. P-40.1.
- Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur, R.P.Q. 1981, c. P-40.1, r 1.

Ontario

- *Loi de 2002 sur la protection du consommateur*, L.O. 2002, c.30, ann. A.
- *Loi de 2002 sur les services funéraires et les services d'enterrement et de crémation*, L.O. 2002, c. 33.
- *Règlement de l'Ontario 98/09*

Colombie-Britannique

- *Business Practices and Consumer Protection Act*, S.B.C. 2004, c. 2.
- *Payday Loans Regulation*, B.C. Reg. 57/2009.

Alberta

- *Payday Loans Regulations*, Alberta Reg. 157/2009, section 12

Manitoba

- *Loi sur la protection du consommateur*, C.P.L.M. c. 200, article 154.2

Saskatchewan

- *The Payday Loans Act*, S.S. 2007, section 29 (Assented on May 17th 2007 and awaiting royal proclamation to come into effect)

Nouvelle-Écosse

- *Bill 87 : An Act to Amend the Consumer Protection Act*, (Enacted November 2006, not yet proclaimed); Nouveau-Brunswick : *Bill 4 : An Act Respecting Payday Loans*, section 37.33 (Enacted April 2008, not yet proclaimed).

JURISPRUDENCE

Europe

- *Arrêt VTB-VAB NV/Total Belgium NV et Galatea BVBA/Sanoma Magazines Belgium NV* (CJCE, 23 avril 2009).
- *Commission c. Microsoft* (TPICJCE, 17 Septembre 2007).

France

- *Arrêt Cresp* (CC Civ, 5 juin 2008) Pourvoi rejeté
- *Arrêt du 14 mai 2009*, RG n°09/03660, C.A. de Paris.
- *Baratte c. MSI* (Annecy, 18 janvier 2010)
- *Cresp c. Asus*, Rennes, (6 juillet 2006)
- *Hengy c. Dell* (août 2008)
- *Magnien c. Asus* (Lorient, 27 août 2009)
- *Magnien c. Asus* (Lorient, 12 novembre 2009)
- *Proc. c. Dell* (TGI-Montpellier, 17 juin 2008)
- *Proc. c. Dell* (TGI-Montpellier, mai 2009) Appel rejeté
- *T. c. MSI* (Metz, 12 novembre 2009)
- *UFC c. Auchan* (TGI-Bobigny, 15 mai 2009).
- *UFC c. Darty* (TGI-Paris, 24 juin 2008) et ordonnance (18 juillet 2008)
- *W. c. Acer* (Gonesse, 19 novembre 2009)

Belgique

- Comm. Bruxelles, Prés., 6 janvier 1989, Ann. Prat. Comm., 1989.
- Comm. Bruxelles, Prés. 15 février 1993, R.D.C.

- Comm. Hasselt, Prés., 20 janvier 1992, Credoc, 07/93.
- Comm. Mons., Prés., 10 févr. 1995, Credoc, 05/95.
- Prés. Comm. Mons. 10 février 1995, Ann. Prat. Comm., 1995, 273.
- Prés. Comm. Termonde, 20 sept. 2000, Ann. Prat. Comm. et Conc., 2000.

États-Unis

- *Hackett v. Metropolitan General Hospital* (1985) 465 So. 2d 1246, 1254 (Florida)
- *International Salt Co. V. United States*, 332 U.S. 392, 3332 U.S. 396 (1947).
- *Jefferson Parish Hospital District v. Hyde*, 466 U.S. 2.
- *Mobile Magic*, 96 Cal. App. 3d at 10 (California)
- *Siegel v. Chicken Delight Inc.*, 448F. 2d 43.
- *Somers vs. Apple Inc.*, (D.C. of California 2007): <http://docs.justia.com/cases/federal/district-courts/california/candce/5:2007cv06507/198939/1/>
- *United States c. Lowe's Inc.* 371 U.S. 38 (S.Ct. 1962).
- *United States v. Microsoft Corp.*, 253 F. 3d 34 (U.S. App. D.C. 2001).
- *United States of America v. Microsoft Corporation*, 87 F. Supp. 2d 30 (D.D.C. 2000).
- *Wedgewood Investment Corp. v. International Harvester Company* (1979) 126 Ariz. 157, 160 (Arizona).

Canada

- *Allan Morgan and Sons Ltd. c. La-Z-Boy Canada Limited*, CT 2003-009.
- *Canada c. Tele-Direct (Publications) Inc.* (1997), 73 C.P.R. 1 (Trib. de la conc.).
- *Canada (Directeur des enquêtes et recherches c. Nutrasweet Co.* (1990), 32 C.P.R. (3d) 1 (Trib. de la concu.).
- *Director of Investigation and Research v. BBM Measurement Bureau*, (1981), 60 C.P.R. (2d) 26 (R.T.P.C.).
- *Director of Investigation and Research v. Bombardier Ltd.* (1980), 53, C.P.R. (2d) 55.
- *General Motors of Canada Ltd c. City National Leasing*, [1989] 1 R.C.S. 641.
- *Marc Lefrançois c. Microsoft Corporation.*, (5 septembre 2007), Montréal, 200-06- 000087-075, (C.S.).
- *National Capital News Canada v. Canada (Speaker of House of Commons)*, [2002] C.C.T.D. No. 38, 23 C.P.R. (4th) 77 (Comp. Trib.), [2004] Cour fédérale No. 83.
- *Pro-Sys Consultant Ltd v. Microsoft Corp.*, 2010 BCSC 2858 (CanLII).
- *Steven Olah v. Her Majesty the Queen as represented by the Correctional services of Canada.*, 2008 Comp. Trib. 29.
- *Symbol Technologies Canada ULC v. Barcode Systems Inc.*, [2004] F.C.J » No. 1657, 2004 FCA 339.

LITTÉRATURE ET AUTRES

ADDY, George N. «La loi canadienne sur la concurrence, modèle de loi souple et ouverte sur l'avenir», sur le site du Bureau de la concurrence du Canada. Allocution du Directeur des enquêtes et recherche, 5 octobre 1993.

BROUSSEAU-POULIOT, Vincent. « Un premier recours collectif contre Microsoft au Canada », in *La Presse*, 10 mars 2010, Montréal, Canada :

<http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/technologie/201003/09/01-4258939-un-premier-recours-collectif-contre-microsoft-au-canada.php>

CALAIS-AULOY Jean et STEINMETZ Frank. *Droit de la consommation*, 6e éd., Paris, France. CAMPBELL A. Neil et al. *Non-price Vertical Restraints*, Insight, May 11th 1993:

http://www.mcmillan.ca/Upload/Publication/Vertical%20Non%20Price%20Restraints_Rowley_Campbell_0593.pdf.

CANADA, Ministère des finances, *L'examen de 1997 de la législation régissant les institutions financières : Propositions de modifications* (Juin 1996):<http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection/F2-158-1996F.pdf>

CARRON Christine A. et Guillaume Beaupré. « Les consommateurs- mieux protégés que jamais», in *Développements récents en droit bancaire*, Barreau du Québec, 2003, Les Éditions Yvon Blais, Cowansville, Canada.

FACEY A. Brian et ASSAF Dany H. *Competition and Antitrust Law: Canada and the United States*, LexisNexis Buttersworth, 3^e édition, 2006.

FERRY-MACCARIO, Nicole et al. *Gestion de l'entreprise*, Paris, France, Pearson Education, 2006.

GARDE, Amandine et HAVARON, Michael. *Pratiques commerciales déloyales : Naissance d'un concept européen*. In Petites Affiches Placard 21/06. No. pa 174704.sgm-5, p. 1 :

http://www.milbank.com/NR/rdonlyres/518A84CE-3BF3-470C-8CCD-68AB71A44CAF/0/060714_haravon.pdf

GOLDMAN, Calvin S. et al. «A Canadian Perspective on Tied Selling and Exclusive Dealing», dans le cadre de 12th EUI Competition Law and Policy Workshop, Toronto, Canada.

GRUPE DE TRAVAIL SUR L'AVENIR DU SECTEUR DES SERVICES FINANCIERS CANADIEN, *Changements, défis et possibilités : Rapport du Groupe de travail*, septembre 1998.

INSTITUT ÉCONOMIQUE MOLINARI. *DG Competition Discussion paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses-Commentaire*, date inconnue :

http://ec.europa.eu/competition/antitrust/art82/024_en.pdf

KAISER, G., *Reviewable Marketing Practices: The New Jurisdiction of the Restrictive Trade Practices Commission*.

KERTON, Robert. *Les consommateurs et le secteur des services financiers- Vol. 3 : Principes, pratique et politique- l'expérience canadienne*, Document de recherche préparé pour le Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadiens, septembre 1998.

L'HEUREUX, Nicole. *Droit de la consommation*, Cowansville, Québec, Les Éditions Yvon Blais, 5^e édition, 2000.

LEATHERDALE, Linda. « Taking on the Banks Over Tied Selling », in *The Toronto Sun*, 6 mars 1998.

LEATHERDALE Linda. "Bank Customers Fit to be Tied", in *The Toronto Star*, 22 mars 1998.

MASSE, Claude. *Loi sur la protection du consommateur : Analyse et commentaires*, Cowansville, Canada, les Éditions Yvon Blais, 1999.

MINISTRY OF CONSUMER AND BUSINESS SERVICES, *Draft Regulation under the Funeral, Burial and Cremation Services Act, 2002*, Ontario, Canada, Queen's Printer for Ontario, 2004: <http://www.mgs.gov.on.ca/stdprodconsume/groups/content/@mgs/@aboutmin/documents/resourcelist/053007.pdf>.

OGILVY RENAULT, *Le tribunal de la Concurrence accepte d'entendre deux demandes présentées par des parties privées*, Montréal, Canada, 30 mars 2004 : http://www.ogilvyrenault.com/fr/centredeResources_1394.htm

ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, *Glossary of Statistical Terms*.

OSBORNE, W. Michael et WILSON, Donna N. *Competition Tribunal Cases : A Two Year Review*, In *Recent Developments in Civil Matters under Canadian Competition Law*, Spring Forum 2009, 2009]: http://www.thelitigator.ca/archive/agm_Competition-Tribunal-2-Year-Review_2009.pdf

PARTI LIBÉRAL DU CANADA, *Rapport du comité du caucus sur les institutions financières (1998)*, ch. 12 : http://www.telegdi.org/Task_Force/recommendations.htm

RAYMOND, Guy. *Incidences de la loi MURCEF (Loi no. 2001-1168, 11 déc. 2001) sur le marketing des établissements de crédit*, In *Apprendre à douter : Questions de droit, questions sur le droit. Études offertes à Claude Lombois*, Limoges, France, PULIM, 2004.

ROACH, Kent et TREBILCOCK, Michael. *Private Enforcement of Competition Laws*, Osgood Hall Law Journal, Vol. 34, 1 janvier 1996.

STIBBE BRUXELLES. *La cour de justice sonne le glas de l'interdiction de la vente conjointe*. In *Bulletin d'information- pratiques de commerce et protection du consommateur*, 23 avril 2009, No. 2009/01 : http://www.stibbe.be/assets/publications/newsletters/bulletin%20d%27information%20pratiques%20du%20commerce%20et%20protection%20des%20consommateurs_2009_01_website.htm

STIKEMAN ELLIOT, *Competition Act & Commentary*, Toronto, LexisNexis, 2008.

TREBILCOCK, Michael et al. *The Law and Economics of Canadian Competition Policy*, Toronto, Canada, University of Toronto Press, 2003.

WHITTINGTON, Les. "Banks Accused of Coervice Selling", in *The Toronto Star*, 12 mars 1998.

SITES INTERNET

APPLEIPHONELAWSUITE.COM, *First Amended Complaint for Damages and Injunctive Relief*
https://www.appleiphonelawsuit.com/uploads/2007-11-02_1st_Amended_Complaint_Endorsed.pdf

ASSOCIATION FRANCOPHONE DES UTILISATEURS DE LOGIELS LIBRES
<http://racketiciel.info/documentation/droit/#jugements-proximite-et-amiable>

BÉDARD, Jean-François : <http://francoisbedard.ca/2010/01/06/la-vente-liee-en-informatique/>
Canadian Payday Loan Association, *Press Releases for 2009*
<http://www.cpla-acps.ca/english/mediareleases.php>

CHIN, Andrews, *A case of insecure browsing - Exploring missed opportunities in the Microsoft antitrust suit*, 30 septembre 2004, in Newsobserver.com
<http://www.unclaw.com/chin/scholarship/nando.pdf>

CONSUMER AGENCY. *New Tie-In Sale Legal Provisions as of 2 April 2009- Steps Forward and back for Consumers*, Finlande, 31 mars 2009
<http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/d1bc11a7-7371-4140-8681-eb744f0400c8.aspx?groupId=fc5a839d-cc80-41a9-ad40-65e6a50d16a8&announcementId=13978360-dc03-483f-ae5f-1ab6aed7bc23>

DUMOUT, Estelle, *Après l'Europe, la Corée du Sud condamne Microsoft pour abus de position dominante*, sur le site de ZDNet France, France, le 7 décembre 2005
<http://www.zdnet.fr/actualites/informatique/0,39040745,39293478,00.htm>

DUMOUT, Estelle, *Microsoft fait appel de sa condamnation en Corée*, sur le site de ZDNet France, France, 27 mars 2006
<http://www.zdnet.fr/actualites/informatique/0,39040745,39334258,00.htm>

EDGAR-ONLINE.COM
http://google.brand.edgar-online.com/EFX_dll/EDGARpro.dll?FetchFilingHtmlSection1?SectionID=7001513-207283-228375&SessionID=SYs-HjneTZelHX7

EUROPEAN DIGITAL RIGHTS. *Sony Loses DRM Case in France*, sur le site European Digital Rights, (tire de: EDRI-gram: No. 5.1: 17 janvier 2007)
http://www.edri.org/edriagram/number5.1/drm_sonyfr

FERRAN, Benjamin. *Détail des prix : « Apple ne doit faire exception »*, le 25 juin 2008
<http://www.macgeneration.com/news/voir/130764/detail-des-prix-apple-ne-doit-pas-faire-exception>

JARILLON PIERRE. *Un recours collectif en Italie contre la vente liée des systèmes d'exploitation*, sur le site de Linux France, 6 janvier 2010
<http://linuxfr.org/2010/01/06/26320.html>.

LEBORNE Maxime. *La loi belge*, juin 2004
http://detaxe.be/doku.php?id=aspects_juridiques:start

MAZDA LÉVIS (Québec)

http://www.levismazda.com/main+fr+01_110+Levis_Mazda-Mazda3_2010.html?ModeleID=33

MICROSOFT. *Consumer Class Action Settlement Information*, sur le site de Microsoft, États-Unis, 5 mai 2007

<http://www.microsoft.com/About/Legal/EN/US/ConsumerSettlements/Default.aspx#head1>

MCCULLAGH, Declan, *Microsoft Judge Ripped in Court*, le 28 février 2001

<http://www.wired.com/politics/law/news/2001/02/42071>

OLSEN, Kelly. *South Korea : South Korea Court Rejects Microsoft's request for Stay of Antitrust Sanctions*, 5 juillet 2006. Disponible sur le site Internet de Corpwatch

<http://www.corpwatch.org/article.php?id=13848>

ROBIN, Antoine. *La fin des ventes liées en Europe?*, sur le site www.indextel.net, France, le 11 mars 2009

<http://www.indexel.net/actualites/la-fin-des-ventes-liees-en-europe-2845.html>

SOUFRON, Jean-Baptiste. *HP condamné à rembourser un Microsoft Windows en Italie*, sur le site ZDnet.fr, France, 29 octobre 2007

<http://www.zdnet.fr/blogs/ils-ont-bloque/hp-condamne-a-rembourser-un-microsoft-windows-en-italie-39601464.htm>

TAILLANDIER, Guillaume et SOFFER, Raphael, *La Cour d'appel de Paris sonne le glas de l'interdiction de la vente liée*, sur le site Hammonds Hausman Avocats, Paris, France, le 25 août 2009, (tiré de *La Revue*)

http://larevue.hammonds.fr/La-Cour-d-appel-de-Paris-sonne-le-glas-de-l-interdiction-de-la-vente-liee_a1064.html

THEODORE, Rae. *Class Action Denied in Apple Music Monopoly Case*, le 12 août 2009

http://news.findlaw.com/andrews/bf/atr/20090812/20090812_somers.html

TRIBUNAL DE LA CONCURRENCE. *Tribunal de la concurrence : Foire aux questions*. Ottawa, Canada, 14 décembre 2008

<http://www.ct-tc.gc.ca/Procedures/FAQS-fra.asp#q10>

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE ENVOYÉ AUX ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

Questionnaire – Vente liée 2009-2010
Organismes et associations

Présentation de l'organisme :

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif du Québec qui regroupe plusieurs Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC) ainsi que des membres individuels. La mission d'Union des consommateurs est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste.

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

A. Présentation du projet :

Notre projet de recherche, comme l'indique son titre, *Les ventes liées : Enjeux pour le consommateur*, porte essentiellement sur l'identification des enjeux que comportent les ventes liées pour les consommateurs. Au cours de notre recherche, nous évaluerons la légalité ainsi que les effets de la vente liée sur les droits des consommateurs au Canada et tenterons de déterminer clairement les recours dont ils disposent quand ils sont confrontés à une vente liée. Dans le cadre de notre recherche, nous tenterons également d'identifier les différentes pratiques commerciales qui s'assimilent à la vente liée. Pour ce faire, nous sollicitons les organismes de défense des droits des consommateurs ainsi que les autres associations susceptibles de s'intéresser à a question.

Au Canada, l'article 77(1) de la *Loi de la concurrence* définit la vente liée comme étant la pratique par le biais de laquelle un fournisseur exige comme condition à la fourniture d'un produit :(i) l'acquisition d'un autre produit auprès de ce même fournisseur ou d'un tiers qu'il désigne (ii) l'abstention d'utiliser ou de distribuer avec le produit un autre produit qui n'est celui qui est indiqué par le fournisseur. Ou encore toute pratique par laquelle un fournisseur incite un client à se conformer à l'une de ces conditions en proposant, s'il accepte de le faire, de lui fournir son produit selon des modalités plus favorables. Aucune loi provinciale de protection du consommateur ne définit par contre cette pratique de vente liée.

C. Le questionnaire :

(i) Identification de votre organisme :

Nom :

Adresse :

Personne à contacter :

Champ d'activité :

Courriel :

(ii) Au courant des cinq (5) dernières années avez-vous reçu des plaintes de consommateurs concernant des pratiques commerciales qui s'assimileraient à une vente liée? Si c'est le cas, veuillez indiquer le nombre de plaintes reçues.

(iii) Veuillez décrire brièvement le type de plaintes s'assimilant à de la vente liée que vous avez reçues, en indiquant le domaine de consommation visé (ex. télécommunications, vente de meubles, achat ou location de véhicule, achat de biens informatiques, ordinateurs/système d'exploitation et logiciels, prêts de dépannage, etc.).

(iv) Avez-vous de votre côté détecté des pratiques s'assimilant à de la vente liée? Si oui, veuillez les décrire brièvement.

(v) Quelles sont les démarches et actions que vous avez entreprises après avoir détecté ou été mis au fait de pratiques commerciales qui seraient assimilables à de la vente liée?

(iv) Quels types de conseils offrez-vous aux consommateurs qui se plaignent de pratiques s'assimilant à la vente liée (démarches possibles, droit applicable, recours disponibles, etc.)?

(v) Selon vous, est-ce que les mesures existantes protègent adéquatement les consommateurs des effets de la vente liée?

(vi) Autres commentaires :

Nous vous remercions d'avoir pris le temps de remplir le présent questionnaire.

Vous pouvez nous le retourner au soin de Yannick Labelle, Analyste en protection du consommateur et pratiques commerciales, à l'adresse suivante : labelle@consommateur.qc.ca au plus tard le **21 mars 2010**.

ANNEXE 2 : DISPOSITIONS LÉGISLATIVES CANADIENNES

LÉGISLATION CANADIENNE (FÉDÉRALE) EN MATIÈRE DE VENTE LIÉE		
CANADA (JURIDICTION FÉDÉRALE)		
LOI	ARTICLE	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
<i>Loi sur la concurrence</i> , L.R.C. 1985, c. C-34	Art. 1.1	1.1 La présente loi a pour objet de préserver et de favoriser la concurrence au Canada dans le but de stimuler l'adaptabilité et l'efficacité de l'économie canadienne, d'améliorer les chances de participation canadienne aux marchés mondiaux tout en tenant simultanément compte du rôle de la concurrence étrangère au Canada, d'assurer à la petite et à la moyenne entreprise une chance honnête de participer à l'économie canadienne, de même que dans le but d'assurer aux consommateurs des prix compétitifs et un choix dans les produits.
	Art. 36	<p>Recouvrement de dommages-intérêts</p> <p>36. (1) Toute personne qui a subi une perte ou des dommages par suite :</p> <p>a) soit d'un comportement allant à l'encontre d'une disposition de la partie VI;</p> <p>b) soit du défaut d'une personne d'obtempérer à une ordonnance rendue par le Tribunal ou un autre tribunal en vertu de la présente loi,</p> <p>peut, devant tout tribunal compétent, réclamer et recouvrer de la personne qui a eu un tel comportement ou n'a pas obtempéré à l'ordonnance une somme égale au montant de la perte ou des dommages qu'elle est reconnue avoir subis, ainsi que toute somme supplémentaire que le tribunal peut fixer et qui n'excède pas le coût total, pour elle, de toute enquête relativement à l'affaire et des procédures engagées en vertu du présent article.</p> <p>Preuves de procédures antérieures</p> <p>(2) Dans toute action intentée contre une personne en vertu du paragraphe (1), les procès-verbaux relatifs aux procédures engagées devant tout tribunal qui a déclaré cette personne coupable d'une infraction visée à la partie VI ou l'a déclarée coupable du défaut d'obtempérer à une ordonnance rendue en vertu de la présente loi par le Tribunal ou par un autre tribunal, ou qui l'a punie pour ce défaut, constituent, sauf preuve contraire, la preuve que la personne contre laquelle l'action est intentée a eu un comportement allant à l'encontre d'une disposition de la partie VI ou n'a pas obtempéré à une ordonnance rendue en vertu de la présente loi par le Tribunal ou par un autre tribunal, selon le cas, et toute preuve fournie lors de ces procédures quant à l'effet de ces actes ou omissions sur la personne qui intente l'action constitue une preuve de cet effet dans l'action.</p> <p>Compétence de la Cour fédérale</p> <p>(3) La Cour fédérale a compétence sur les actions prévues au paragraphe (1).</p> <p>Restriction</p> <p>(4) Les actions visées au paragraphe (1) se prescrivent :</p> <p>a) dans le cas de celles qui sont fondées sur un comportement qui va à l'encontre d'une disposition de la partie VI, dans les deux ans qui suivent la dernière des dates suivantes :</p> <p>(i) soit la date du comportement en question,</p> <p>(ii) soit la date où il est statué de façon définitive sur la poursuite;</p> <p>b) dans le cas de celles qui sont fondées sur le défaut d'une personne d'obtempérer à une ordonnance du Tribunal ou d'un autre tribunal, dans les</p>

LÉGISLATION CANADIENNE (FÉDÉRALE) EN MATIÈRE DE VENTE LIÉE		
CANADA (JURIDICTION FÉDÉRALE)		
LOI	ARTICLE	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
		deux ans qui suivent la dernière des dates suivantes : (i) soit la date où a eu lieu la contravention à l'ordonnance du Tribunal ou de l'autre tribunal, (ii) soit la date où il est statué de façon définitive sur la poursuite.
	Art. 77(1)	<p>77. (1) Les définitions qui suivent s'appliquent au présent article.</p> <p>« exclusivité » “ <i>exclusive dealing</i> ”</p> <p>« exclusivité » a) Toute pratique par laquelle le fournisseur d'un produit exige d'un client, comme condition à ce qu'il lui fournisse ce produit, que ce client : (i) soit fasse, seulement ou à titre principal, le commerce de produits fournis ou indiqués par le fournisseur ou la personne qu'il désigne, (ii) soit s'abstienne de faire le commerce d'une catégorie ou sorte spécifiée de produits, sauf ceux qui sont fournis par le fournisseur ou la personne qu'il désigne; b) toute pratique par laquelle le fournisseur d'un produit incite un client à se conformer à une condition énoncée au sous-alinéa a)(i) ou (ii) en offrant de lui fournir le produit selon des modalités et conditions plus favorables s'il convient de se conformer à une condition énoncée à l'un ou l'autre de ces sous-alinéas.</p> <p>« limitation du marché » “ <i>market restriction</i> ” « limitation du marché » La pratique qui consiste, pour le fournisseur d'un produit, à exiger d'un client, comme condition à ce qu'il lui fournisse ce produit, que ce client fournisse lui-même un produit quelconque uniquement sur un marché déterminé ou encore à exiger une pénalité de quelque sorte de ce client si ce dernier fournit un produit quelconque hors d'un marché déterminé.</p> <p>« ventes liées » “ <i>tied selling</i> ”</p> <p>« ventes liées » a) Toute pratique par laquelle le fournisseur d'un produit exige d'un client, comme condition à ce qu'il lui fournisse ce produit (le produit « clef »), que ce client : (i) soit acquière du fournisseur ou de la personne que ce dernier désigne un quelconque autre produit, (ii) soit s'abstienne d'utiliser ou de distribuer, avec le produit clef, un autre produit qui n'est pas d'une marque ou fabrication indiquée par le fournisseur ou la personne qu'il désigne; b) toute pratique par laquelle le fournisseur d'un produit incite un client à se conformer à une condition énoncée au sous-alinéa a)(i) ou (ii) en offrant de lui fournir le produit clef selon des modalités et conditions plus favorables s'il convient de se conformer à une condition énoncée à l'un ou l'autre de ces sous-alinéas.</p> <p>Exclusivité ou ventes liées (2) Lorsque le Tribunal, à la suite d'une demande du commissaire ou d'une</p>

LÉGISLATION CANADIENNE (FÉDÉRALE) EN MATIÈRE DE VENTE LIÉE		
CANADA (JURIDICTION FÉDÉRALE)		
LOI	ARTICLE	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
		<p>personne autorisée en vertu de l'article 103.1, conclut que l'exclusivité ou les ventes liées, parce que pratiquées par un fournisseur important d'un produit sur un marché ou très répandues sur un marché, auront vraisemblablement :</p> <p>a) soit pour effet de faire obstacle à l'entrée ou au développement d'une firme sur un marché;</p> <p>b) soit pour effet de faire obstacle au lancement d'un produit sur un marché ou à l'expansion des ventes d'un produit sur un marché;</p> <p>c) soit sur un marché quelque autre effet tendant à exclure, et qu'en conséquence la concurrence est ou sera vraisemblablement réduite sensiblement, le Tribunal peut, par ordonnance, interdire à l'ensemble ou à l'un quelconque des fournisseurs contre lesquels une ordonnance est demandée de pratiquer désormais l'exclusivité ou les ventes liées et prescrire toute autre mesure nécessaire, à son avis, pour supprimer les effets de ces activités sur le marché en question ou pour y rétablir ou y favoriser la concurrence.</p> <p>Limitation du marché</p> <p>(3) Lorsque le Tribunal, à la suite d'une demande du commissaire ou d'une personne autorisée en vertu de l'article 103.1, conclut que la limitation du marché, en étant pratiquée par un important fournisseur d'un produit ou très répandue à l'égard d'un produit, réduira vraisemblablement et sensiblement la concurrence à l'égard de ce produit, le Tribunal peut, par ordonnance, interdire à l'ensemble ou à l'un quelconque des fournisseurs contre lesquels une ordonnance est demandée de se livrer désormais à la limitation du marché et prescrire toute autre mesure nécessaire, à son avis, pour rétablir ou favoriser la concurrence à l'égard de ce produit.</p> <p>Dommages-intérêts</p> <p>(3.1) Il demeure entendu que le présent article n'autorise pas le Tribunal à accorder des dommages-intérêts à la personne à laquelle une permission est accordée en vertu du paragraphe 103.1(7).</p> <p>Cas où il ne doit pas être rendu d'ordonnance; restriction quant à l'application de l'ordonnance</p> <p>(4) Le Tribunal ne rend pas l'ordonnance prévue par le présent article, lorsque, à son avis :</p> <p>a) l'exclusivité ou la limitation du marché est ou sera pratiquée uniquement pendant une période raisonnable pour faciliter l'entrée sur un marché soit d'un nouveau fournisseur d'un produit soit d'un nouveau produit;</p> <p>b) les ventes liées qui sont pratiquées sont raisonnables compte tenu de la connexité technologique existant entre les produits qu'elles visent;</p> <p>c) les ventes liées que pratique une personne exploitant une entreprise de prêt d'argent ont pour objet de mieux garantir le remboursement des prêts qu'elle consent et sont raisonnablement nécessaires à cette fin, et, aucune ordonnance rendue en vertu du présent article ne s'applique en ce qui concerne l'exclusivité, la limitation du marché ou les ventes liées entre des personnes morales, des sociétés de personnes et des entreprises individuelles qui sont affiliées.</p> <p>Cas où la personne morale, la société de personnes ou l'entreprise</p>

LÉGISLATION CANADIENNE (FÉDÉRALE) EN MATIÈRE DE VENTE LIÉE		
CANADA (JURIDICTION FÉDÉRALE)		
LOI	ARTICLE	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
		<p>unipersonnelle est affiliée</p> <p>(5) Pour l'application du paragraphe (4) :</p> <p>a) une personne morale est affiliée à une autre personne morale si l'une d'elle est la filiale de l'autre, si toutes deux sont des filiales d'une même personne morale ou encore si chacune d'elles est contrôlée par la même personne;</p> <p>b) si deux personnes morales sont affiliées à la même personne morale au même moment, elles sont réputées être affiliées l'une à l'autre;</p> <p>c) une société de personnes ou une entreprise individuelle est affiliée à une autre société de personnes, à une autre entreprise individuelle ou à une personne morale si l'une et l'autre sont contrôlées par la même personne;</p> <p>d) une personne morale, société de personnes ou entreprise individuelle est affiliée à une autre personne morale, société de personnes ou entreprise individuelle en ce qui concerne tout accord entre elles par lequel l'une concède à l'autre le droit d'utiliser une marque ou un nom de commerce pour identifier les affaires du concessionnaire, à la condition :</p> <p>(i) que ces affaires soient liées à la vente ou la distribution, conformément à un programme ou système de commercialisation prescrit en substance par le concédant, d'une multiplicité de produits obtenus de sources d'approvisionnement qui sont en concurrence et d'une multiplicité de fournisseurs,</p> <p>(ii) qu'aucun produit ne soit primordial dans ces affaires.</p> <p>Cas où les personnes sont réputées être affiliées</p> <p>(6) Pour l'application du paragraphe (4) en ce qui concerne la limitation du marché, dans le cadre de tout accord par lequel une personne (la « première » personne) fournit ou fait fournir à une autre personne (la « seconde » personne) un ou des ingrédients que cette dernière transforme, après apport de travail et de matériaux, en aliments ou boissons qu'elle vend sous une marque de commerce appartenant à la première personne ou dont cette dernière est l'utilisateur inscrit, ces deux personnes sont, à l'égard de cet accord, réputées être affiliées.</p> <p>Application</p> <p>(7) Le Tribunal saisi d'une demande présentée par une personne autorisée en vertu de l'article 103.1 ne peut tirer quelque conclusion que ce soit du fait que le commissaire a accompli un geste ou non à l'égard de l'objet de la demande.</p>
	Art. 103.1	<p>103.1 (1) Toute personne peut demander au Tribunal la permission de présenter une demande en vertu des articles 75, 76 ou 77. La demande doit être accompagnée d'une déclaration sous serment faisant état des faits sur lesquels elle se fonde.</p> <p>Signification</p> <p>(2) L'auteur de la demande en fait signifier une copie au commissaire et à chaque personne à l'égard de laquelle une ordonnance pourrait être rendue en vertu des articles 75, 76 ou 77, selon le cas.</p> <p>Certificat du commissaire</p> <p>(3) Quarante-huit heures après avoir reçu une copie de la demande, le commissaire remet au Tribunal un certificat établissant si les questions visées</p>

LÉGISLATION CANADIENNE (FÉDÉRALE) EN MATIÈRE DE VENTE LIÉE		
CANADA (JURIDICTION FÉDÉRALE)		
LOI	ARTICLE	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
		<p>par la demande :</p> <p>a) soit font l'objet d'une enquête du commissaire;</p> <p>b) soit ont fait l'objet d'une telle enquête qui a été discontinuée à la suite d'une entente intervenue entre le commissaire et la personne à l'égard de laquelle une ordonnance pourrait être rendue en vertu des articles 75, 76 ou 77, selon le cas.</p> <p>Rejet</p> <p>(4) Le Tribunal ne peut être saisi d'une demande portant sur des questions visées aux alinéas (3)a) ou b) ou portant sur une question qui fait l'objet d'une demande que lui a présentée le commissaire en vertu des articles 75, 76 ou 77.</p> <p>Avis du Tribunal</p> <p>(5) Le plus rapidement possible après avoir reçu le certificat du commissaire, le Tribunal avise l'auteur de la demande, ainsi que toute personne à l'égard de laquelle une ordonnance pourrait être rendue, du fait qu'il pourra ou non entendre la demande.</p> <p>Observations</p> <p>(6) Les personnes à qui une copie de la demande est signifiée peuvent, dans les quinze jours suivant la réception de l'avis du Tribunal, présenter par écrit leurs observations au Tribunal. Elles sont tenues de faire signifier une copie de leurs observations aux autres personnes mentionnées au paragraphe (2).</p> <p>Octroi de la demande</p> <p>(7) Le Tribunal peut faire droit à une demande de permission de présenter une demande en vertu des articles 75 ou 77 s'il a des raisons de croire que l'auteur de la demande est directement et sensiblement gêné dans son entreprise en raison de l'existence de l'une ou l'autre des pratiques qui pourraient faire l'objet d'une ordonnance en vertu de ces articles.</p> <p>Octroi de la demande</p> <p>(7.1) Le Tribunal peut faire droit à une demande de permission de présenter une demande en vertu de l'article 76 s'il a des raisons de croire que l'auteur de la demande est directement gêné en raison d'un comportement qui pourrait faire l'objet d'une ordonnance en vertu du même article.</p> <p>Durée et conditions</p> <p>(8) Le Tribunal peut fixer la durée de validité de la permission qu'il accorde et l'assortir de conditions. La demande doit être présentée au plus tard un an après que la pratique ou le comportement visé dans la demande a cessé.</p> <p>Décision</p> <p>(9) Le Tribunal rend une décision motivée par écrit et en fait parvenir une copie à l'auteur de la demande, au commissaire et à toutes les personnes visées au paragraphe (2).</p> <p>Limite applicable au commissaire</p> <p>(10) Le commissaire ne peut, en vertu des articles 75, 76, 77 ou 79, présenter</p>

LÉGISLATION CANADIENNE (FÉDÉRALE) EN MATIÈRE DE VENTE LIÉE		
CANADA (JURIDICTION FÉDÉRALE)		
LOI	ARTICLE	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
		<p>une demande fondée sur des faits qui seraient les mêmes ou essentiellement les mêmes que ceux qui ont été allégués dans la demande de permission accordée en vertu des paragraphes (7) ou (7.1) si la personne à laquelle la permission a été accordée a déposé une demande en vertu des articles 75, 76 ou 77.</p> <p>Application</p> <p>(11) Le Tribunal ne peut tirer quelque conclusion que ce soit du fait que le commissaire a accompli un geste ou non à l'égard de l'objet de la demande.</p> <p>Enquête du commissaire</p> <p>(12) Dans le cas où il a déclaré dans le certificat visé au paragraphe (3) que les questions visées par la demande font l'objet d'une enquête et que, par la suite, l'enquête est discontinuée pour une raison autre que la conclusion d'une entente, le commissaire est tenu, dans les meilleurs délais, d'en informer l'auteur de la demande.</p>
	Art. 124(2)	<p>124.2 (1) Le commissaire et la personne visée par une enquête sous le régime de l'article 10 peuvent, d'un commun accord, soumettre au Tribunal toute question de droit, question mixte de droit et de fait ou question de compétence, de pratique ou de procédure liée à l'application ou l'interprétation des parties VII.1 ou VIII, qu'une demande ait été présentée ou non en vertu de l'une de ces parties.</p> <p>Renvois par le commissaire</p> <p>(2) Le commissaire peut, en tout temps, soumettre au Tribunal toute question de droit, de compétence, de pratique ou de procédure liée à l'application ou l'interprétation des parties VII.1 à IX.</p> <p>Renvois par des parties privées</p> <p>(3) Une personne autorisée en vertu de l'article 103.1 et la personne visée par la demande qu'elle présente en vertu des articles 75 ou 77 peuvent, d'un commun accord mais avec la permission du Tribunal, soumettre au Tribunal toute question de droit ou toute question mixte de droit et de fait liée à l'application ou l'interprétation de la partie VIII. Elles font parvenir un avis de leur demande de renvoi au commissaire, celui-ci étant alors autorisé à intervenir dans les procédures.</p> <p>Procédure</p> <p>(4) Le Tribunal tranche les questions qui lui sont soumises en vertu du présent article sans formalisme, en procédure expéditive, conformément aux règles sur les renvois prises en vertu de l'article 16 de la <i>Loi sur le Tribunal de la concurrence</i>.</p>
<i>Loi sur le tribunal de la concurrence,</i>	Art. 8	<p>8. (1) Les demandes prévues aux parties VII.1 ou VIII de la <i>Loi sur la concurrence</i>, de même que toute question s'y rattachant ou toute question qui relève de la partie IX de cette loi et qui fait l'objet d'un renvoi en vertu du paragraphe 124.2(2) de cette loi, sont présentées au Tribunal pour audition et décision.</p>

LÉGISLATION CANADIENNE (FÉDÉRALE) EN MATIÈRE DE VENTE LIÉE		
CANADA (JURIDICTION FÉDÉRALE)		
LOI	ARTICLE	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
		<p>Pouvoirs</p> <p>(2) Le Tribunal a, pour la comparution, la prestation de serment et l'interrogatoire des témoins, ainsi que pour la production et l'examen des pièces, l'exécution de ses ordonnances et toutes autres questions relevant de sa compétence, les attributions d'une cour supérieure d'archives.</p> <p>Outrage au Tribunal</p> <p>(3) Personne ne peut être puni pour outrage au Tribunal à moins qu'un juge ne soit d'avis que la conclusion qu'il y a eu outrage et la peine sont justifiées dans les circonstances.</p>
<i>Loi sur les banques</i> , L.C. 1991, c. 46.	Art. 459.1	<p>Restrictions — ventes liées</p> <p>459.1 (1) Il est interdit à la banque d'exercer des pressions indues pour forcer une personne à se procurer un produit ou service auprès d'une personne donnée, y compris elle-même ou une entité de son groupe, pour obtenir un autre produit ou service de la banque.</p> <p>Produit ou service à des conditions plus favorables</p> <p>(2) Il demeure entendu que la banque peut offrir à une personne de lui fournir un produit ou service à des conditions plus favorables que celles qu'elle offrirait par ailleurs, si la personne se procure un produit ou service auprès d'une personne donnée.</p> <p>Produit ou service à des conditions plus favorables</p> <p>(3) Il demeure entendu qu'une entité du même groupe que la banque peut offrir un produit ou service à des conditions plus favorables que celles qu'elle offrirait par ailleurs, si la personne se procure un autre produit ou service auprès de la banque.</p> <p>Approbation</p> <p>(4) La banque peut exiger qu'un produit ou service obtenu par un emprunteur auprès d'une personne donnée en garantie d'un prêt qu'elle lui consent soit approuvé par elle. L'approbation ne peut être refusée sans justification.</p> <p>Communication</p> <p>(4.1) La banque communique à ses clients et au public l'interdiction visée au paragraphe (1) par déclaration, rédigée en langage simple, clair et concis, qu'elle affiche et met à leur disposition dans celles de ses succursales et sur ceux de ses sites Web où sont offerts des produits ou services au Canada et dans tous ses points de service réglementaires au Canada.</p> <p>Règlements</p> <p>(4.2) Le gouverneur en conseil peut prendre des règlements définissant « point de service » pour l'application du paragraphe (4.1) et prévoyant les points de service.</p> <p>Règlements</p> <p>(5) Le gouverneur en conseil peut, par règlement, préciser des comportements qui constituent ou non l'exercice de pressions indues.</p>

LÉGISLATIONS PROVINCIALES EN MATIÈRE DE VENTE LIÉE	
QUÉBEC	
LOI	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
<i>Loi sur la protection du consommateur, L.R.Q., c. P-40.1.</i>	Police d'assurance du commerçant. 111. Un commerçant ne peut refuser de conclure un contrat de crédit avec un consommateur pour le motif que ce dernier ne souscrit pas, par son entremise, une police d'assurance individuelle ou n'adhère pas, par son entremise, à une police d'assurance collective.
	Souscription d'une assurance. 112. Si la souscription d'une assurance est une condition à la formation d'un contrat de crédit, le consommateur peut remplir cette condition au moyen d'une assurance qu'il détient déjà. Avis du commerçant. Le commerçant doit informer le consommateur de ce droit de la manière prescrite par règlement.
	Contrat accessoire. 206. Le commerçant ne peut soumettre la conclusion ou l'exécution du contrat principal à la conclusion d'un autre contrat entre lui et le consommateur.
	224. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit: a) accorder, dans un message publicitaire, moins d'importance au prix d'un ensemble de biens ou de services, qu'au prix de l'un des biens ou des services composant cet ensemble; b) sous réserve des articles 244 à 247, divulguer, dans un message publicitaire, le montant des paiements périodiques à faire pour l'acquisition d'un bien ou l'obtention d'un service sans divulguer également le prix total du bien ou du service ni le faire ressortir d'une façon plus évidente; c) exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé.
	235. Aucune personne ne peut, directement ou indirectement, dans un contrat passé avec un consommateur, subordonner l'octroi d'un rabais, d'un paiement ou d'un autre avantage, à la conclusion d'un contrat de même nature entre, d'une part, cette personne ou ce consommateur et, d'autre part, une autre personne.
<i>Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur, R.Q., c. P-40.1, r.1</i>	14. Est exempté de l'application des articles 111 et 112 de la Loi, une caisse d'épargne et de crédit régie par la Loi sur les caisses d'épargne et de crédit (L.R.Q., c. C-4.1).

<p><i>Loi sur la distribution de produits et de services financiers,</i> L.R.Q., ch. D-9.2, art.18</p>	<p>Pratique interdite. 18. Un représentant ne peut assujettir la conclusion d'un contrat à l'obligation pour le client de conclure un contrat d'assurance.</p> <p>Pressions indues. Il ne peut exercer de pressions indues sur le client ou employer des manœuvres dolosives pour l'inciter à se procurer un produit ou un service financier.</p> <p>Avis de résolution du contrat. 19. Un représentant qui, à l'occasion de la conclusion d'un contrat, amène un client à conclure un contrat d'assurance doit lui remettre un avis, rédigé de la façon prévue par règlement de l'Autorité, lui indiquant qu'il peut, dans les 10 jours de la signature de ce contrat d'assurance, le résoudre.</p> <p>Délai. 20. Un client peut, par avis transmis par courrier recommandé ou certifié, résoudre, dans les 10 jours de sa signature, un contrat d'assurance signé à l'occasion de la conclusion d'un autre contrat.</p> <p>Effet. En cas de résolution de ce contrat d'assurance, le premier contrat conserve tous ses effets.</p>
ONTARIO	
LOI	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
<p><i>Loi de 2002 sur la Protection du consommateur,</i> L.O. 2002, c. 30, ann. A</p>	<p>Assurance exigée 72. (1) L'emprunteur qui est tenu, aux termes d'une convention de crédit, de souscrire une assurance peut le faire de tout assureur qui peut légitimement fournir ce genre d'assurance; le prêteur peut toutefois se réserver le droit de refuser, pour des motifs raisonnables, l'assureur choisi par l'emprunteur. 2002, chap. 30, annexe A, par. 72 (1).</p> <p>Divulgaration par le prêteur (2) Le prêteur qui offre de procurer ou de faire procurer l'assurance exigée par une convention de crédit déclare à l'emprunteur par écrit, au même moment, qu'il peut souscrire l'assurance par l'intermédiaire de l'agent ou de l'assureur de son choix. 2002, chap. 30, annexe A, par. 72 (2).</p>
<p><i>Loi de 2002 sur les services funéraires et les services d'enterrement et de crémation,</i> L.O. 2002, c. 33</p>	<p>Vente liée 38.1 Comme condition de vente de fournitures ou de services autorisés énoncée ou non dans un contrat, nul exploitant ne doit, si ce n'est dans les circonstances prescrites, exiger que l'acquéreur acquière également de lui ou d'une personne qu'il précise d'autres fournitures ou d'autres services. 2006, chap. 34, annexe D, art. 23.</p>
<p><i>Règlement de l'Ontario 98/09</i></p>	<p>27. [...] (2) Le prêteur ne doit pas exiger que l'emprunteur négocie un bien ou un service, si ce n'est un prêt sur salaire, comme condition préalable à la conclusion d'une convention de prêt sur salaire. Règl. de l'Ont. 98/09, par. 27 (2).</p>

COLOMBIE-BRITANNIQUE	
LOI	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
<i>Business Practices and Consumer Protection Act, S.B.C. 2004, c. 2.</i>	<p>71 (1) A borrower who is required by a credit grantor to purchase insurance may purchase it from any insurer authorized to provide that type of insurance in British Columbia, except that the credit grantor may reserve the right to disapprove, on reasonable grounds, an insurer selected by the borrower.</p> <p>(2) A credit grantor who offers to provide or to arrange insurance referred to in subsection (1) must clearly disclose to the borrower in writing, at the time of that offer, that the borrower may, subject to subsection (1), purchase the required insurance through an insurance agent and insurer of the borrower's choice</p>
	<p>Other prohibited payday lender practices</p> <p>112.08 (1) A payday lender must not do any of the following:</p> <p>(a) grant rollovers;</p> <p>(b) issue a new payday loan to a borrower who already has a payday loan issued by the lender;</p> <p>(c) issue a payday loan in excess of a prescribed portion of a borrower's net pay or other net income to be received during the payday loan term;</p> <p>(d) require or request from a borrower any payment in excess of a prescribed portion of the borrower's net pay or other net income to be received during the payday loan term;</p> <p>(e) discount the principal amount of a payday loan by deducting or withholding from the initial advance an amount representing any portion of the total cost of credit;</p> <p>(f) require, request or accept any undated cheque;</p> <p>(g) require, request or accept any post-dated cheque, pre-authorized debit or future payment of a similar nature, for any amount exceeding the amount to repay the payday loan by the due date, including interest and permissible charges;</p> <p>(h) require or request any payment from the borrower before it is due under the loan agreement;</p> <p>(i) require or request that the borrower insure a payday loan;</p> <p>(j) require, request or accept an assignment of wages from the borrower of a payday loan;</p> <p>(k) require, request or accept from the borrower or any other person, as security for a payday loan, any personal property or real property;</p> <p>(l) require, request or accept from the borrower or any other person, as security for a payday loan, any documentation that may be used to transfer title in the borrower's personal property or real property;</p> <p>(m) engage in any other practice prohibited by regulations under section 197.1.</p> <p>(2) An assignment of wages is not valid if it is given in consideration of a payday loan or an advance under a payday loan, or to secure or facilitate a payment in relation to a payday loan.</p>
<i>Payday Loans Regulation, B.C. Reg. 57/2009.</i>	<p>Prohibited practices — tied selling</p> <p>19 (1) A payday lender must not make a payday loan contingent on the supply of other goods or services.</p> <p>(2) A payday loan agreement must not include a term or condition relating to the supply of other goods or services.</p> <p>(3) A payday loan agreement must include a statement that the supply of other goods or services is separate and optional.</p>

MANITOBA	
LOI	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
Loi sur la protection du consommateur, C.P.L.M. c. C200	154.2 Restriction relative aux ventes liées Le prêteur ne peut assujettir un prêt de dépannage à l'achat d'un autre produit ou service, à moins que le coût de ce produit ou de ce service pour l'emprunteur ne soit inclus dans le coût du crédit relatif au prêt.
ALBERTA	
LOI	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
<i>Payday Loans Regulation, Alberta Regulations 157/2009</i>	Art.12 Tied selling prohibited 12(1) A payday lender shall not make a payday loan contingent on the supply of other goods or services. (2) A payday loan agreement shall not include a term or condition relating to the supply of other goods or services. (3) A payday loan agreement must include a statement that the supply of other goods or services is separate and optional. (4) The statement referred to in subsection (3) must be initialled by the borrower
<i>Fair Practices Regulation, Alberta Regulations 128/2001</i>	Prohibited tied selling practices 4 For the purpose of section 509(1)(b) of the Act, the following tied selling practices are prohibited: (a) where an insurer or insurance agent other than the holder of a restricted certificate is asked to sell insurance to a person, informing the person that the person must purchase another product or service, including an insurance policy, from the insurer or insurance agent, as the case may be, before the insurance requested will be undertaken; (b) where an insurer is asked to make a loan to a person, informing the person that the person must purchase a product or service, including an insurance policy, from the insurer before the loan will be made.

ANNEXE 3 : DISPOSITIONS LÉGISLATIVES ÉTRANGÈRES

LÉGISLATION ÉTRANGÈRE EN MATIÈRE DE VENTE LIÉE	
ÉTATS-UNIS	
LOI	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
<i>Sherman Antitrust Act</i>	<p>Section 1 Trusts, etc., in restraint of trade illegal; penalty Every contract, combination in the form of trust or otherwise, or conspiracy, in restraint of trade or commerce among the several States, or with foreign nations, is declared to be illegal. Every person who shall make any contract or engage in any combination or conspiracy hereby declared to be illegal shall be deemed guilty of a felony, and, on conviction thereof, shall be punished by fine not exceeding \$10,000,000 if a corporation, or, if any other person, \$350,000, or by imprisonment not exceeding three years, or by both said punishments, in the discretion of the court.</p>
	<p>Section 2 Monopolizing trade a felony; penalty Every person who shall monopolize, or attempt to monopolize, or combine or conspire with any other person or persons, to monopolize any part of the trade or commerce among the several States, or with foreign nations, shall be deemed guilty of a felony, and, on conviction thereof, shall be punished by fine not exceeding \$10,000,000 if a corporation, or, if any other person, \$350,000, or by imprisonment not exceeding three years, or by both said punishments, in the discretion of the court.</p>
<i>Clayton Antitrust Act</i>	<p>TITLE 15 CHAPTER 1 § 14 § 14. Sale, etc., on agreement not to use goods of competitor It shall be unlawful for any person engaged in commerce, in the course of such commerce, to lease or make a sale or contract for sale of goods, wares, merchandise, machinery, supplies, or other commodities, whether patented or unpatented, for use, consumption, or resale within the United States or any Territory thereof or the District of Columbia or any insular possession or other place under the jurisdiction of the United States, or fix a price charged therefor, or discount from, or rebate upon, such price, on the condition, agreement, or understanding that the lessee or purchaser thereof shall not use or deal in the goods, wares, merchandise, machinery, supplies, or other commodities of a competitor or competitors of the lessor or seller, where the effect of such lease, sale, or contract for sale or such condition, agreement, or understanding may be to substantially lessen competition or tend to create a monopoly in any line of commerce.</p>
<i>Federal Trade Commission Act</i>	<p>§ 45. Unfair methods of competition unlawful; prevention by Commission (Sec. 5) (a) Declaration of unlawfulness; power to prohibit unfair practices; inapplicability to foreign trade (1) Unfair methods of competition in or affecting commerce, and unfair or deceptive acts or practices in or affecting commerce, are hereby declared unlawful. [...]</p>
<i>Bank Holding Company Act of 1970, 12 U.S.C. 1971.</i>	<p>Section 106 (a) [...]. (b)(1) A bank shall not in any manner extend credit, lease or sell property of any</p>

kind, or furnish any service, or fix or vary the consideration for any of the foregoing, on the condition or requirement—

(A) that the customer shall obtain some additional credit, property, or service from such bank other than a loan, discount, deposit, or trust service;

(B) that the customer shall obtain some additional credit, property, or service from a bank holding company of such bank, or from any other subsidiary of such bank holding company;

(C) that the customer provide some additional credit, property, or service to such bank, other than those related to and usually provided in connection with a loan, discount, deposit, or trust service;

(D) that the customer provide some additional credit, property, or service to a bank holding company of such bank, or to any other subsidiary of such bank holding company; or

(E) that the customer shall not obtain some other credit, property, or service from a competitor of such bank, a bank holding company of such bank, or any subsidiary of such bank holding company, other than a condition or requirement that such bank shall reasonably impose in a credit transaction to assure the soundness of the credit.

The Board may by regulation or order permit such exceptions to the foregoing prohibition and the prohibitions of section 4(f)(9) and 4(h)(2) of the Bank Holding Company Act of 1956 as it considers will not be contrary to the purposes of this section.

(2) [...]

(c) The district courts of the United States have jurisdiction to prevent and restrain violations of subsection (b) of this section and it is the duty of the United States attorneys, under the direction of the Attorney General, to institute proceedings in equity to prevent and restrain such violations. The proceedings may be by way of a petition setting forth the case and praying that the violation be enjoined or otherwise prohibited. When the parties complained of have been duly notified of the petition, the court shall proceed, as soon as possible, to the hearing and determination of the case. While the petition is pending, and before final decree, the court may at any time make such temporary restraining order or prohibition as it deems just. Whenever it appears to the court that the ends of justice require that other parties be brought before it, the court may cause them to be summoned whether or not they reside in the district in which the court is held, and subpoenas to that end may be served in any district by the marshal thereof.

(d) In any action brought by or on behalf of the United States under subsection (b), subpoenas for witnesses may run into any district, but no writ of subpoena may issue for witnesses living out of the district in which the court is held at a greater distance than one hundred miles from the place of holding the same without the prior permission of the trial court upon proper application and cause shown.

(e) Any person who is injured in his business or property by reason of anything forbidden in subsection (b) may sue therefor in any district court of the United States in which the defendant resides or is found or has an agent, without regard to the amount in controversy, and shall be entitled to recover three times the amount of the damages sustained by him, and the cost of suit, including a reasonable attorney's fee.

(f) Any person may sue for and have injunctive relief, in any court of the United States having jurisdiction over the parties, against threatened loss or damage by reason of a violation of subsection (b), under the same conditions and principles as injunctive relief against threatened conduct that will cause loss or damage is granted by courts of equity and under the rules governing such proceedings. Upon the execution of proper bond against damages for an injunction improvidently granted

	<p>and a showing that the danger of irreparable loss or damage is immediate a preliminary injunction may issue.</p> <p>(g)(1) Subject to paragraph (2), any action to enforce any cause of action under this section shall be forever barred unless commenced within four years after the cause of action accrued.</p> <p>(2) Whenever any enforcement action is instituted by or on behalf of the United States with respect to any matter which is or could be the subject of a private right of action under this section, the running of the statute of limitations in respect of every private right of action arising under this section and based in whole or in part on such matter shall be suspended during the pendency of the enforcement action so instituted and for one year thereafter: Provided, That whenever the running of the statute of limitations in respect of a cause of action arising under this section is suspended under this paragraph, any action to enforce such cause of action shall be forever barred unless commenced either within the period of suspension or within the four-year period referred to in paragraph (1).</p> <p>(h) Nothing contained in this section shall be construed as affecting in any manner the right of the United States or any other party to bring an action under any other law of the United States or of any State, including any right which may exist in addition to specific statutory authority, challenging the legality of any act or practice which may be proscribed by this section. No regulation or order issued by the Board under this section shall in any manner constitute a defense to such action.</p>
	<p>Section 225.7</p> <p>(a) Purpose. This section establishes exceptions to the anti-tying restrictions of section 106 of the Bank Holding Company Act Amendments of 1970 (12 U.S.C. 1971, 1972(1)). These exceptions are in addition to those in section 106. The section also restricts tying of electronic benefit transfer services by bank holding companies and their nonbank subsidiaries.</p> <p>(b) Exceptions to statute. Subject to the limitations of paragraph (c) of this section, a bank may:</p> <p>(1) Extension to affiliates of statutory exceptions preserving traditional banking relationships. Extend credit, lease or sell property of any kind, or furnish any service, or fix or vary the consideration for any of the foregoing, on the condition or requirement that a customer:</p> <p>(i) Obtain a loan, discount, deposit, or trust service from an affiliate of the bank; or</p> <p>(ii) Provide to an affiliate of the bank some additional credit, property, or service that the bank could require to be provided to itself pursuant to section 106(b)(1)(C) of the Bank Holding Company Act Amendments of 1970 (12 U.S.C. 1972(1)(C)).</p> <p>(2) Safe harbor for combined-balance discounts. Vary the consideration for any product or package of products based on a customer's maintaining a combined minimum balance in certain products specified by the bank (eligible products), if:</p> <p>(i) The bank offers deposits, and all such deposits are eligible products; and</p> <p>(ii) Balances in deposits count at least as much as nondeposit products toward the minimum balance.</p> <p>(3) Safe harbor for foreign transactions. Engage in any transaction with a customer if that customer is:</p> <p>(i) A corporation, business, or other person (other than an individual) that:</p> <p>(A) Is incorporated, chartered, or otherwise organized outside the United States; and</p> <p>(B) Has its principal place of business outside the United States; or</p> <p>(ii) An individual who is a citizen of a foreign country and is not resident in the United States.</p> <p>(c) Limitations on exceptions. Any exception granted pursuant to this section shall terminate upon a finding by the Board that the arrangement is resulting in anti-competitive practices. The eligibility of a bank to operate under any exception granted pursuant to this section shall terminate upon a finding by the Board that its exercise of this authority is resulting in anti-competitive practices.</p>

	<p>(d) Extension of statute to electronic benefit transfer services. A bank holding company or nonbank subsidiary of a bank holding company that provides electronic benefit transfer services shall be subject to the anti-tying restrictions applicable to such services set forth in section 7(i)(11) of the Food Stamp Act of 1977 (7 U.S.C. 2016(i)(11)).</p> <p>(e) For purposes of this section, bank has the meaning given that term in section 106(a) of the Bank Holding Company Act Amendments of 1970 (12 U.S.C. 1971), but shall also include a United States branch, agency, or commercial lending company subsidiary of a foreign bank that is subject to section 106 pursuant to section 8(d) of the International Banking Act of 1978 (12 U.S.C. 3106(d)), and any company made subject to section 106 by section 4(f)(9) or 4(h) of the BHC Act.</p>
EUROPE	
LOI	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
<p><i>Directive 2005/26/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans les marchés intérieurs.</i></p>	<p>Chapitre 2 Article 5 Interdiction des pratiques commerciales déloyales</p> <p>1. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.</p> <p>2. Une pratique commerciale est déloyale si: a) elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle, et b) elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique, par rapport au produit, du consommateur moyen qu'elle touche ou auquel elle s'adresse, ou du membre moyen du groupe lorsqu'une pratique commerciale est ciblée vers un groupe particulier de consommateurs.</p> <p>3. Les pratiques commerciales qui sont susceptibles d'altérer de manière substantielle le comportement économique d'un groupe clairement identifiable de consommateurs parce que ceux-ci sont particulièrement vulnérables à la pratique utilisée ou au produit qu'elle concerne en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité, alors que l'on pourrait raisonnablement attendre du professionnel qu'il prévienne cette conséquence, sont évaluées du point de vue du membre moyen de ce groupe. Cette disposition est sans préjudice de la pratique publicitaire courante et légitime consistant à formuler des déclarations exagérées ou des déclarations qui ne sont pas destinées à être comprises au sens littéral.</p> <p>4. En particulier, sont déloyales les pratiques commerciales qui sont: a) trompeuses au sens des articles 6 et 7, ou b) agressives au sens des articles 8 et 9.</p> <p>5. L'annexe I contient la liste des pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances. Cette liste unique s'applique dans tous les États membres et ne peut être modifiée qu'au travers d'une révision de la présente directive.</p> <p>Article 6 Actions trompeuses</p> <p>1. Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses, et qu'elle est donc mensongère ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne un ou plusieurs des aspects ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à</p>

	<p>prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) l'existence ou la nature du produit; b) les caractéristiques principales du produit, telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses accessoires, le service après-vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication ou de prestation, sa livraison, son aptitude à l'usage, son utilisation, sa quantité, ses spécifications, son origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit; c) l'étendue des engagements du professionnel, la motivation de la pratique commerciale et la nature du processus de vente, ainsi que toute affirmation ou tout symbole faisant croire que le professionnel ou le produit bénéficie d'un parrainage ou d'un appui direct ou indirect; d) le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix; e) la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation; f) la nature, les qualités et les droits du professionnel ou de son représentant, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications, son statut, son agrément, son affiliation ou ses liens et ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les récompenses et distinctions qu'il a reçues; g) les droits du consommateur, en particulier le droit de remplacement ou de remboursement selon les dispositions de la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 mai 1999 sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation (1), ou les risques qu'il peut encourir. <p>2. Une pratique commerciale est également réputée trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle amène ou est susceptible d'amener le consommateur moyen à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, et qu'elle implique:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) toute activité de marketing concernant un produit, y compris la publicité comparative, créant une confusion avec un autre produit, marque, nom commercial ou autre signe distinctif d'un concurrent; b) le non-respect par le professionnel d'engagements contenus dans un code de conduite par lequel il s'est engagé à être lié, dès lors: <ul style="list-style-type: none"> i) que ces engagements ne sont pas de simples aspirations, mais sont fermes et vérifiables, et ii) que le professionnel indique, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'il est lié par le code.
	<p>Article 7</p> <p>Omissions trompeuses</p> <p>1. Une pratique commerciale est réputée trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.</p> <p>2. Une pratique commerciale est également considérée comme une omission trompeuse lorsqu'un professionnel, compte tenu des aspects mentionnés au paragraphe 1, dissimule une information substantielle visée audit paragraphe ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps, ou lorsqu'il n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas</p>

	<p>déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le consommateur moyen est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.</p> <p>3. Lorsque le moyen de communication utilisé aux fins de la pratique commerciale impose des limites d'espace ou de temps, il convient, en vue de déterminer si des informations ont été omises, de tenir compte de ces limites ainsi que de toute mesure prise par le professionnel pour mettre les informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.</p> <p>4. Lors d'une invitation à l'achat, sont considérées comme substantielles, dès lors qu'elles ne ressortent pas déjà du contexte, les informations suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) les caractéristiques principales du produit, dans la mesure appropriée eu égard au moyen de communication utilisé et au produit concerné; b) l'adresse géographique et l'identité du professionnel, par exemple sa raison sociale et, le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit; c) le prix toutes taxes comprises, ou, lorsque la nature du produit signifie que le prix ne peut raisonnablement pas être calculé à l'avance, la manière dont le prix est calculé, ainsi que, le cas échéant, tous les coûts supplémentaires de transport, de livraison et postaux, ou, lorsque ces coûts ne peuvent raisonnablement pas être calculés à l'avance, la mention que ces coûts peuvent être à la charge du consommateur; d) les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations, si elles diffèrent des conditions de la diligence professionnelle; e) pour les produits et transactions impliquant un droit de rétractation ou d'annulation, l'existence d'un tel droit. <p>5. Les informations qui sont prévues par le droit communautaire et qui sont relatives aux communications commerciales, y compris la publicité ou le marketing, et dont une liste non exhaustive figure à l'annexe II, sont réputées substantielles.</p>
	<p>Article 8</p> <p>Pratiques commerciales agressives</p> <p>Une pratique commerciale est réputée agressive si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur moyen à l'égard d'un produit, et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.</p>
	<p>Article 9</p> <p>Utilisation du harcèlement, de la contrainte ou d'une influence injustifiée</p> <p>Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, les éléments suivants sont pris en considération:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance; b) le recours à la menace physique ou verbale; c) l'exploitation en connaissance de cause par le professionnel de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer la décision du consommateur à l'égard du produit; d) tout obstacle non contractuel important ou disproportionné imposé par le

	<p>professionnel lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur;</p> <p>e) toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible.</p>
FRANCE	
LOI	CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE
<i>Arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix</i>	<p>Art.7</p> <p>Les produits vendus par lots doivent comporter un écriteau mentionnant le prix et la composition du lot ainsi que le prix de chaque produit composant le lot.</p>
<i>Code de la consommation</i>	<p>Article L113-3</p> <p>Modifié par Ordonnance n°2009-866 du 15 juillet 2009 - art. 16</p> <p>Tout vendeur de produit ou tout prestataire de services doit, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix, les limitations éventuelles de la responsabilité contractuelle et les conditions particulières de la vente, selon des modalités fixées par arrêtés du ministre chargé de l'économie, après consultation du Conseil national de la consommation.</p> <p>Cette disposition s'applique à toutes les activités visées au dernier alinéa de l'article L. 113-2.</p> <p>Les règles relatives à l'obligation de renseignements par les établissements de crédit, les établissements de paiement et les organismes mentionnés à l'article L. 518-1 du code monétaire et financier sont fixées par l'article L. 312-1-1 et les sections 3 et 4 du chapitre IV du titre Ier du livre III du même code.</p>
	<p>Article L122-1</p> <p>Modifié par Ordonnance n°2009-866 du 15 juillet 2009 - art. 16</p> <p>Il est interdit de refuser à un consommateur la vente d'un produit ou la prestation d'un service, sauf motif légitime, et de subordonner la vente d'un produit à l'achat d'une quantité imposée ou à l'achat concomitant d'un autre produit ou d'un autre service ainsi que de subordonner la prestation d'un service à celle d'un autre service ou à l'achat d'un produit.</p> <p>Cette disposition s'applique à toutes les activités visées au dernier alinéa de l'article L. 113-2.</p> <p>Pour les établissements de crédit, les établissements de paiement et les organismes mentionnés à l'article L. 518-1 du code monétaire et financier, les règles relatives aux ventes subordonnées sont fixées par le 1 du I de l'article L. 312-1-2 du même code.</p>
	<p>Article L121-84-6</p> <p>Le présent article est applicable à tout fournisseur d'un service de communications électroniques, au sens du 6° de l'article L. 32 du code des postes et des communications électroniques, proposant au consommateur, directement ou par l'intermédiaire d'un tiers, une offre de services de communications électroniques.</p> <p>Les fournisseurs de services ne peuvent subordonner la conclusion ou la modification des termes du contrat qui régit la fourniture d'un service de communications électroniques à l'acceptation par le consommateur d'une clause</p>

	<p>imposant le respect d'une durée minimum d'exécution du contrat de plus de vingt-quatre mois à compter de la date de conclusion du contrat ou de sa modification.</p> <p>Tout fournisseur de services subordonnant la conclusion ou la modification des termes d'un contrat qui régit la fourniture d'un service de communications électroniques à l'acceptation par le consommateur d'une clause contractuelle imposant le respect d'une durée minimum d'exécution du contrat de plus de douze mois est tenu :</p> <p>1° De proposer simultanément la même offre de services assortie d'une durée minimum d'exécution du contrat n'excédant pas douze mois, selon des modalités commerciales non disqualifiantes ;</p> <p>2° D'offrir au consommateur la possibilité de résilier par anticipation le contrat à compter de la fin du douzième mois suivant l'acceptation d'une telle clause moyennant le paiement par le consommateur d'au plus le quart du montant dû au titre de la fraction non échue de la période minimum d'exécution du contrat.</p> <p>Les alinéas précédents s'appliquent à la conclusion ou l'exécution de tout autre contrat liant le fournisseur de services et le consommateur dès lors que la conclusion de ce contrat est subordonnée à l'existence et à l'exécution du contrat initial régissant la fourniture du service de communications électroniques, sans que l'ensemble des sommes dues au titre de la résiliation anticipée de ces contrats avant l'échéance de la durée minimum d'exécution de ces contrats puisse excéder le quart du montant dû au titre de la fraction non échue de la période minimum d'exécution du contrat.</p>
<p><i>Code du commerce</i></p>	<p>Article L441-3 Modifié par Loi n°2001-420 du 15 mai 2001 - art. 53 JORF 16 mai 2001</p> <p>Tout achat de produits ou toute prestation de service pour une activité professionnelle doivent faire l'objet d'une facturation.</p> <p>Le vendeur est tenu de délivrer la facture dès la réalisation de la vente ou la prestation du service. L'acheteur doit la réclamer. La facture doit être rédigée en double exemplaire. Le vendeur et l'acheteur doivent en conserver chacun un exemplaire.</p> <p>La facture doit mentionner le nom des parties ainsi que leur adresse, la date de la vente ou de la prestation de service, la quantité, la dénomination précise, et le prix unitaire hors TVA des produits vendus et des services rendus ainsi que toute réduction de prix acquise à la date de la vente ou de la prestation de services et directement liée à cette opération de vente ou de prestation de services, à l'exclusion des escomptes non prévus sur la facture.</p> <p>La facture mentionne également la date à laquelle le règlement doit intervenir. Elle précise les conditions d'escompte applicables en cas de paiement à une date antérieure à celle résultant de l'application des conditions générales de vente ainsi que le taux des pénalités exigibles le jour suivant la date de règlement inscrite sur la facture. Le règlement est réputé réalisé à la date à laquelle les fonds sont mis, par le client, à la disposition du bénéficiaire ou de son subrogé.</p>

<p><i>Code monétaire et financier</i></p>	<p>Article L312-1-2</p> <p>1.-1. Est interdite la vente ou offre de vente de produits ou de prestations de services groupés sauf lorsque les produits ou prestations de services inclus dans l'offre groupée peuvent être achetés individuellement ou lorsqu'ils sont indissociables.</p> <p>2. Est interdite toute vente ou offre de vente de produits ou de prestations de services faite au client et donnant droit à titre gratuit, immédiatement ou à terme, à une prime financière ou en nature de produits, biens ou services dont la valeur serait supérieure à un seuil fixé, en fonction du type de produit ou de service offert à la clientèle, par un règlement pris par arrêté du ministre chargé de l'économie, pris après avis du comité consultatif institué à l'article L. 614-1.</p> <p>Ces dispositions s'appliquent également aux services de paiement mentionnés au II de l'article L. 314-1.</p>
<p>BELGIQUE</p>	
<p>LOI</p>	<p>CONTENU DE LA DISPOSITION LÉGISLATIVE</p>
<p><i>Loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur, chapitre 6, section 5.</i></p>	<p>Art. 54 Il y a offre conjointe au sens du présent article, lorsque l'acquisition, gratuite ou non, de produits, de services, de tous autres avantages, ou de titres permettant de les acquérir, est liée à l'acquisition d'autres produits ou services, même identiques.</p> <p>Sauf les exceptions précisées ci-après, toute offre conjointe au consommateur effectuée par un vendeur est interdite. Est également interdite toute offre conjointe au consommateur effectuée par plusieurs vendeurs agissant dans une unité d'intention.</p> <p>Art. 55 Il est permis d'offrir conjointement, pour un prix global : 1. des produits ou des services constituant un ensemble; Le Roi peut, sur proposition des Ministres compétents et du Ministre des Finances, désigner les services offerts dans le secteur financier qui constituent un ensemble; 2. des produits ou des services identiques, à condition : a) que chaque produit et chaque service puisse être acquis séparément à son prix habituel dans le même établissement; b) que l'acquéreur soit clairement informé de cette faculté ainsi que du prix de vente séparé de chaque produit et de chaque service; c) que la réduction de prix éventuellement offerte à l'acquéreur de la totalité des produits ou des services n'excède pas le tiers des prix additionnés.</p> <p>Art. 56 Il est permis d'offrir à titre gratuit, conjointement à un produit ou à un service principal : 1. les accessoires d'un produit principal, spécialement adaptés à ce produit par le fabricant de ce dernier et livrés en même temps que celui-ci en vue d'en étendre ou d'en faciliter l'utilisation; 2. l'emballage ou les récipients utilisés pour la protection et le conditionnement des produits, compte tenu de la nature et de la valeur de ces produits; 3. les menus produits et menus services admis par les usages commerciaux ainsi que la livraison, le placement, le contrôle et l'entretien des produits vendus; 4. des échantillons provenant de l'assortiment du fabricant ou du distributeur du</p>

	<p>produit principal, pour autant qu'ils soient offerts dans des conditions de quantité ou de mesure strictement indispensables à une appréciation des qualités du produit;</p> <p>5. des chromos, vignettes et autres images d'une valeur commerciale minime;</p> <p>6. des titres de participation soit à des tombolas dûment autorisées en application de la loi du 31 décembre 1851 sur les loteries, soit aux formes de loteries organisées en application de la loi du 6 juillet 1964 relative à la Loterie nationale, modifiée par la loi du 12 juillet 1976;</p> <p>7. des objets revêtus d'inscriptions publicitaires indélébiles et nettement apparentes qui ne se trouvent pas comme tels dans le commerce, à condition que leur prix d'acquisition par celui qui les offre ne dépasse pas 5 p.c. du prix de vente du produit ou du service principal avec lequel ils sont attribués.</p>
	<p>Art. 57 Il est également permis d'offrir gratuitement, conjointement à un produit ou à un service principal :</p> <p>1. des titres permettant l'acquisition d'un produit ou service identique, pour autant que la réduction de prix résultant de cette acquisition n'excède pas le pourcentage fixé à l'article 55, 2;</p> <p>2. des titres permettant l'acquisition d'un des avantages prévus à l'article 56, 5 et 6;</p> <p>3. des titres donnant exclusivement droit à une ristourne en espèces, à la condition : a) qu'ils mentionnent la valeur en espèces qu'ils représentent; b) que, dans les établissements de vente de produits ou de fourniture de service, le taux ou l'importance de la ristourne offerte soit clairement indiqué, de même que les produits ou services dont l'acquisition donne droit à l'obtention de titres;</p> <p>4. des titres consistant en des documents donnant droit, après acquisition d'un certain nombre de produits ou de services, à une offre gratuite ou à une réduction de prix lors de l'acquisition d'un produit ou d'un service similaire, pour autant que cet avantage soit procuré par le même vendeur et n'excède pas le tiers du prix des produits ou services précédemment acquis.</p> <p>Les titres doivent mentionner la limite éventuelle de leur durée de validité, ainsi que les modalités de l'offre.</p> <p>Lorsque le vendeur interrompt son offre, le consommateur doit bénéficier de l'avantage offert au prorata des achats précédemment effectués.</p>
	<p>Art. 58 Toute personne qui émet les titres visés à la présente section se constitue, de plein droit, débiteur de la créance que ces titres représentent.</p> <p>En cas de cessation de l'émission ou de modification de l'émission en cours des titres visés à l'article 57, 3, leur remboursement en espèces peut être exigé, quel que soit le montant total de leur valeur nominale, pendant un an à partir de l'accomplissement de la publicité prévue à l'article 62, § 1er, 2.</p>
	<p>Art. 59 Toute personne qui émet des titres visés à l'article 57, 1 à 3, doit être titulaire d'une immatriculation délivrée par le Ministre ou le fonctionnaire désigné par lui à cet effet.</p>

	<p>La demande d'immatriculation doit être faite par lettre recommandée à la poste introduite auprès du Ministre ou du fonctionnaire désigné par lui à cet effet.</p> <p>Les requérants doivent s'engager à permettre aux agents qualifiés, désignés par le Ministre, de contrôler sur place l'observation des prescriptions des articles 57 à 61, de prendre connaissance sans déplacement, de tous documents, pièces ou livres susceptibles de faciliter l'accomplissement de leur mission.</p>
	<p>Art. 60</p> <p>Les titres émis en application de l'article 57, 1 à 3, doivent porter le numéro d'immatriculation de la personne physique ou morale qui les émet.</p> <p>Ce numéro, le nom, la dénomination et l'adresse du titulaire ainsi que les conditions d'échange ou de remboursement, fixées conformément aux dispositions de l'article 57, 1 à 3, doivent être mentionnés de façon apparente sur les carnets collecteurs des titres ou sur le titre même, ainsi que sur toute publicité se rapportant à ces titres.</p>
	<p>Art. 61</p> <p>Les personnes immatriculées sont tenues de demander immédiatement leur radiation lorsqu'elles désirent cesser l'émission de titres, lorsqu'elles sont en état de cessation de paiement ou lorsqu'elles se trouvent dans les cas prévus au deuxième alinéa du présent article.</p> <p>Ne peuvent être titulaires d'une immatriculation, directement ou par personne interposée, les personnes visées par l'arrêté royal n° 22 du 24 octobre 1934 portant interdiction pour certains condamnés et pour les faillis de participer à l'administration et à la surveillance des sociétés par actions, des sociétés coopératives et des unions de crédit et d'exercer la profession d'agent de change ou l'activité de banque de dépôts, et par l'arrêté royal n° 148 du 18 mars 1935 relatif à l'usure, ainsi que les personnes qui ont été condamnées par une décision coulée en force de chose jugée et rendue en application de l'article 29 de la loi du 9 juillet 1957 réglementant les ventes à tempérament et leur financement.</p>

	<p>Art. 62</p> <p>§ 1er. Le Roi peut :</p> <ol style="list-style-type: none">1. prescrire un format minimum et des signes distinctifs pour les titres visés à l'article 57, 1 à 3;2. prescrire, en cas de cessation de l'émission ou de modification de l'émission en cours de ces titres, une publicité spéciale et définir les modalités de celle-ci;3. fixer le montant minimum à partir duquel le remboursement en espèces des titres visés à l'article 57, 3, peut être exigé;4. subordonner l'émission des titres visés à l'article 57, 3, à la constitution de garanties de solvabilité et la tenue d'une comptabilité spéciale et imposer des mesures de contrôle;5. modifier, pour certains produits ou services qu'il détermine, les pourcentages prévus par les articles 55, 2, c) et 57, 1 et 4, fixer le montant maximum que peut atteindre la valeur des produits, services ou avantages offerts en application de ces dispositions et limiter la fréquence et la durée des ventes et prestations qui font l'objet de l'article 55, 2;6. subordonner l'offre à la condition que les produits ou services offerts conjointement aient été vendus ou fournis par le vendeur pendant un an au moins;7. exclure certains produits et services qu'il détermine des dérogations prévues par les articles 55, 56 et 57;8. étendre l'interdiction portée par l'article 54 aux offres conjointes faites à des revendeurs. <p>§ 2. Avant de proposer un arrêté en application des points 5, 6, 7 et 8 du § 1er, le Ministre consulte le Conseil de la Consommation et le Conseil supérieur des Classes moyennes et fixe le délai dans lequel l'avis doit être donné. Passé ce délai, l'avis n'est plus requis.</p>
--	---