

MINEURS, CONTRATS ET CONSÉQUENCES

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



Juin 2011

Rapport publié par :



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

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

info@uniondesconsommateurs.ca
www.uniondesconsommateurs.ca

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 Gabriel Dupuis
- Union des consommateurs

Recherche

- Me Gabriel Dupuis

Direction de rédaction

- Me Marcel Boucher

ISBN 978-2-923405-49-0



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

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

Union des consommateurs a reçu du financement en vertu du Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Industrie Canada. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du gouvernement du Canada.

© Union des consommateurs — 2011

Table des matières

UNION DES CONSOMMATEURS, <i>la force d'un réseau</i>	5
1. INTRODUCTION	6
2. PROBLÉMATIQUE	8
2.1 La socialisation du mineur comme consommateur	8
2.2 La croissance des dépenses discrétionnaires des mineurs	13
2.3 Les contrats visant les besoins ordinaires du mineur	18
2.4 De certains contrats particulièrement problématiques pour les mineurs	20
3. CADRE JURIDIQUE QUÉBÉCOIS	34
3.1 Les règles régissant la capacité de contracter des mineurs	34
3.2 La validité des contrats conclus par des mineurs	40
3.3 La Loi sur la protection du consommateur et les mineurs	46
3.4 Quelques affaires dont les tribunaux ont été saisis	48
3.5 Le paradoxe de la capacité du mineur	50
4. CADRE JURIDIQUE CANADIEN	52
4.1 Âge de la majorité dans les provinces canadiennes	52
4.2 Capacité de contracter des mineurs : la common law	53
4.3 Cas particulier de la Colombie-Britannique	61
4.4 Problématiques de juridiction fédérale	62
5. CADRE JURIDIQUE ÉTRANGER	67
5.1 Pays de tradition anglo-saxonne	67
5.2 France	67
5.3 Russie	69
5.4 Allemagne	70
6. ANALYSE DES DONNÉES RECUEILLIES	72
6.1 Objet et portée	72
6.2 Méthodologie	72
6.3 Parents d'adolescents	74
6.4 Commerçants	84
6.5 Organismes gouvernementaux de protection du consommateur	85
7. SOURCES D'INFORMATION DISPONIBLES	88
7.1 Au Québec	88
7.2 Au Canada	91

7.3	En France	94
8.	CONCLUSION	96
8.1	Solutions envisageables aux problématiques identifiées	96
8.2	Renforcer les mesures générales de protection du consommateur	97
8.3	Favoriser l'exercice des droits du mineur par des règles claires	97
8.4	Régler une fois pour toutes le problème des messages textes payants	100
8.5	Promouvoir l'éducation des mineurs à la consommation et aux finances personnelles	100
9.	RECOMMANDATIONS	102
	MÉDIAGRAPHIE	106
	ANNEXES	
Annexe 1 :	Questionnaire consommateurs	113
Annexe 2 :	Questionnaire commerçants	114
Annexe 3 :	Questionnaire organismes français	115
Annexe 4 :	Questionnaire organismes anglais	116
Annexe 5 :	Résultats parents	117
Annexe 6 :	Cas médiatisés	118

Union des consommateurs, la force d'un réseau

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

La mission de l'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. Les interventions de l'Union des consommateurs s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

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

L'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.

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

1. Introduction

Les parents, c'est bien connu, ont parfois l'impression de ne pas voir leurs enfants grandir, tellement leur course vers l'autonomie avance à un rythme ahurissant. Entre leur premier achat de friandises au dépanneur du coin et la location de leur premier appartement, les enfants franchissent avant l'âge adulte une marche dont l'ampleur nous échappe parfois.

Le titre de notre recherche, *Mineurs, contrats et conséquences*, traduit une réalité contemporaine : quoi qu'on en dise, les mineurs sont des consommateurs très actifs, et surtout, un marché cible de plus en plus convoité par les entreprises. En fait, nous verrons que les jeunes sont pleinement parties à des contrats avec les commerçants qui leur fournissent les biens et services qu'ils se procurent, lesquels contrats comportent leur lot de conséquences.

Quelles sont les problématiques les plus fréquemment rapportées, en matière de consommation, au sujet des mineurs? Quelles sont les situations les plus à risque?

Un enfant peut-il, sans l'accord et la participation de ses parents, faire des achats importants? La situation est-elle différente dans le cas d'un adolescent, techniquement et légalement toujours mineur?

Les jeunes sont aujourd'hui toujours plus sollicités, invités à se procurer des biens et des services qui pour les générations visées, apparaissent presque comme des biens essentiels, des outils qui en sont venus à leur apparaître comme nécessaires à la survie (à tout le moins à leur survie sociale). Il faut bien sûr être conscients que les actes de consommation sont extrêmement courants, au point que la question de la capacité de contracter ne vient souvent même pas à l'esprit : les jeunes se procurent sans faire sourciller des biens comestibles (dépanneur, épicerie, restaurants), des livres ou revues, des disques, des titres de transport, etc. On commencera pourtant à s'interroger quand le jeune entrera à la maison avec des vêtements griffés, une bicyclette haut de gamme, un tatouage, etc.

À quel âge un mineur peut-il acquérir un premier téléphone cellulaire (et conclure un contrat de service afin de pouvoir l'utiliser), un premier lecteur portable multifonctions, ou même une première carte de crédit? Quels sont les recours du mineur lorsqu'un commerçant abuse de son manque d'expérience (ou de sa capacité réduite de résister à l'appel du consumérisme)? En pareil cas, est-ce au parent à tenter une action en justice, ou est-ce plutôt au jeune lui-même de faire valoir ses droits? En a-t-il seulement la capacité juridique? Le commerçant dispose-t-il de son côté, lorsqu'il a transigé, avec ou sans la connaissance que son cocontractant est un mineur, de quelque droit d'invoquer la sécurité des transactions?

Parents et commerçants sont-ils bien informés des règles juridiques applicables? Quelles sont leurs perceptions quant à la consommation des jeunes d'âge mineur au plan de l'encadrement comme à celui de son application?

À titre de comparaison, quel est le traitement réservé aux problématiques relatives à la capacité de contracter des jeunes au Québec, au Canada et même ailleurs dans le monde? Existe-t-il des lacunes dans l'encadrement réservé aux transactions que sont susceptibles d'effectuer les mineurs? Le mineur est-il plus à risque qu'il ne l'a déjà été? Le cas échéant, que peut l'État pour mieux protéger les mineurs?

Voilà quelques-unes des questions auxquelles notre étude tentera de fournir des réponses. On conviendra qu'il s'agit là d'un programme fort exigeant, dans un champ qui, de surcroît, n'a pas été étudié outre mesure par les chercheurs et juristes. C'est pourquoi notre démarche se veut, d'une part, relativement descriptive sur le plan contextuel, mais aussi, d'autre part, exploratoire sur le plan empirique afin de poser les jalons de futures recherches — nécessairement plus spécifiques — sur la matière.

Dans la première partie du rapport, nous dresserons un tableau des problématiques les plus fréquemment soulevées au sujet des contrats conclus par des consommateurs mineurs. Dans les parties suivantes, nous présenterons les règles juridiques qui encadrent la conclusion de contrats par des mineurs au Québec, dans les provinces canadiennes et ailleurs.

Nous avons procédé à une enquête auprès de parents d'adolescents, de commerçants et d'organismes gouvernementaux de protection du consommateur afin de voir comment se pose la question de la capacité de contracter des mineurs du point de vue de ces divers intervenants, sur le plan de la perception ou de l'application. La cinquième partie de notre rapport présente l'analyse des résultats de cette enquête.

Nous procéderons, pour conclure, à un bilan des problématiques examinées à la lumière des résultats de nos travaux et proposerons quelques pistes de solutions visant à accroître la protection accordée aux consommateurs mineurs.

Notions non abordées

Dans le cadre de cette étude, nous nous intéressons à la capacité de contracter du mineur dans le contexte où il agit comme consommateur de biens et de services. En conséquence, nous passerons sous silence certains aspects de la situation juridique des mineurs qui, bien qu'intéressants, ne s'avèrent que d'un intérêt secondaire relativement à nos questionnements.

Ainsi, nous ne traiterons pas des règles relatives à la capacité du mineur à consentir à des soins médicaux, à établir son domicile, à choisir son parent gardien, à être partie à certains types de contrats spécialisés hors du champ de la consommation (les contrats d'enfants-vedettes, par exemple), etc.

2. Problématique

Pour rechercher et comprendre les enjeux qui concernent les jeunes consommateurs, il est impératif de reconnaître qu'il s'agit d'une question aux multiples dimensions.

Il apparaît donc essentiel, à notre avis, d'étudier, outre les problèmes concrets que vivent les jeunes consommateurs, d'autres réalités qui contribuent à façonner le cadre dans lequel les mineurs exercent leur rôle de consommateur de biens et de services divers.

Ainsi, pour bien cerner la problématique qui fait l'objet de notre étude, nous nous proposons d'examiner, dans un premier temps, les vulnérabilités particulières qui sont celles du consommateur mineur ainsi que le processus de socialisation de l'enfant à titre de consommateur. Une attention particulière sera également accordée à certains changements socioéconomiques qui ont marqué l'évolution de la famille moderne et favorisé le positionnement des mineurs comme consommateurs à un âge de plus en plus précoce.

D'un point de vue pratique, nous tenterons d'identifier les problèmes de consommation auxquels sont susceptibles de faire face les mineurs (et, par extension, leurs parents) lorsqu'ils se procurent différents biens ou services auprès de commerçants.

2.1 La socialisation du mineur comme consommateur

Les enfants et les adolescents ne deviennent pas des consommateurs du jour au lendemain. La caractérisation des mineurs comme consommateurs est en effet tributaire d'un long processus de socialisation, qui débute à un âge très précoce.

Lorsque ses parents le transportent au magasin, le bébé de huit mois à peine est émerveillé à la vue des couleurs vives des différents produits sur les tablettes et ressent une certaine fascination face à cet univers qu'il découvre. Selon une étude, un enfant aura participé à plus de 200 sessions de magasinage avant d'atteindre l'âge de deux ans¹.

L'émerveillement des enfants face aux produits disposés sur les tablettes des grands magasins est d'autant plus grand que ces produits (et le type de lieu où l'on peut se les procurer) jouissent du prestige de « passer à la télé ». On rapporte que 60 % des enfants 3 ans reconnaissent les produits annoncés à la télévision et que cette proportion grimpe à 84 % et à 88 % chez les enfants, respectivement, de 4 et 5 ans².

¹ ATES, Bayazit Hayta. « Socialization of the Child as a Consumer », *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 37, No. 2, 2008.

² *Op. Cit.*, Note 1.

Il ne faut pas, en effet, sous-évaluer le pouvoir d'attraction de ce qui est présenté dans un média aussi présent dans la vie des enfants que la télévision. À ce sujet, le Réseau Éducation-Médias émet l'observation suivante :

La publicité qui cible les jeunes enfants soulève aussi des problèmes particuliers. La recherche montre que les enfants de deux à cinq ans ne peuvent pas faire la différence entre les émissions de télévision courantes et les publicités. Jusqu'à l'âge de huit ans environ, ils ne comprennent pas que la publicité ne dépeint pas toujours la réalité³.

La difficulté des enfants à distinguer information et publicité est évidemment un facteur qui renforce leur désir de posséder les produits annoncés à la télévision – ne serait-ce que pour faire en sorte que l'univers dans lequel il vit corresponde à celui, fantasmé, qui lui semble être celui dans lequel est présenté le produit, tant au plan sensoriel (l'environnement physique, les couleurs, les sons sont idéalisés) qu'émotif (les joies, l'affection, le plaisir y étant exacerbés) ou physique (les personnages et les choses semblent souvent défier les lois de la physique).

Le Conseil canadien d'évaluation des jouets constate « *qu'un des principaux problèmes de ces publicités [de jouets] est l'exagération de ce qui est affirmé à propos du produit, le résultat étant que les jeunes enfants pensent qu'un jouet peut en faire beaucoup plus à cause de la façon dont la publicité les présente⁴* ».

Sans en saisir toutes les nuances, les enfants comprennent rapidement le rôle que joue l'argent dans l'obtention des produits annoncés à la télévision et présentés sur les tablettes des magasins, comme l'indique une étude :

A 4-year-old child cannot count money; however, he or she knows that money can be exchanged for nice things. Children in the age of 5 to 8 years find it exciting to possess money; they find pleasure in counting and managing money. A child of 9 years or older is familiar with using money, and it does not excite him or her to have money⁵.

L'expérience première des enfants avec l'argent repose sur la dépense, plutôt que sur l'économie. Et les conflits naissent rapidement avec les parents sur le choix d'acheter ou non certains biens ou services (ou sur le choix d'un bien particulier plutôt que d'un autre). 41 % des familles affirment avoir éprouvé des conflits avec leurs enfants quand ils magasinent avant que ceux-ci n'atteignent l'âge de deux ans. Cette proportion augmente rapidement avec l'âge. Ainsi, elle atteint 59 % chez les familles avec des enfants âgés de 2 à 5 ans, et grimpe même à 70 % dans le cas des familles ayant un enfant de 5 ans⁶.

³ Industrie Canada. *Rapport sur les tendances en consommation*, 2004, [En ligne], [http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/vwapj/FR_CTR.pdf/\\$FILE/FR_CTR.pdf](http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/vwapj/FR_CTR.pdf/$FILE/FR_CTR.pdf) (consulté le 25 février 2011).

⁴ *Op. Cit.*, Note 3.

⁵ *Op. Cit.*, Note 1.

⁶ *Op. Cit.*, Note 1.

Les disputes entre parents et enfants reposent notamment sur le fait que les jeunes enfants sont davantage susceptibles d'accorder une importance démesurée à un aspect tout à fait accessoire du produit (le fait qu'il contienne un jouet gratuit, par exemple), par opposition aux considérations qui guident d'ordinaire les parents : critères économiques, de qualité du produit, etc. :

For children in early childhood, free gifts such as small toys with the main product are more attractive than promotions such as price discounts or payment facilities. For instance, a child of 5 years old in the perceptive thinking phase prefers expensive crisps with a toy in it to a cheaper packet of crisps, just as the famous McDonald's restaurants ensured brand loyalty by attracting children of this age to its products with its tiny toys promotions for long years. This situation has two negative effects on child consumers. The first of these is that the child makes a choice based on a criterion not related to the product itself but based on the free gift; the second is that the child may select a low quality product by choosing based of free gifts⁷.

Cela dit, les parents continuent de jouer un rôle structurant auprès de leurs enfants dans le développement de leurs habitudes de consommation. On rapporte que les parents, consciemment ou non, intentionnellement ou non, ont recours à cinq différentes techniques qui enseignent à leurs enfants comment devenir un consommateur :

- interdire certaines activités;
- donner des conseils sur la consommation;
- échanger des idées sur les décisions de consommation;
- donner l'exemple à l'enfant par leur propre comportement;
- permettre à l'enfant de faire ses apprentissages par sa propre expérience⁸.

Les enfants intègrent évidemment d'une façon bien personnelle, individuelle, ces différents apprentissages. Un auteur remarque à cet effet qu'il faut se garder de considérer comme un ensemble homogène tous les enfants de moins de 18 ans :

[C]hildren are often treated as a homogeneous social group of apparently impressionable and pressurized individuals rather than as diverse in terms of age, abilities, sense of self/agency and knowledge of, and experience with, material and consumer culture⁹.

Après l'âge de 10 ans, un enfant commence à être en mesure de planifier pour l'avenir, dans une certaine mesure; il lui est donc possible de comprendre l'intérêt que peut représenter le fait de ne pas immédiatement tout dépenser son argent et devient capable, dans une certaine mesure, d'épargner pour le futur¹⁰.

C'est par ailleurs aussi à cet âge que l'enfant développe l'envie (ou le besoin) de paraître mature. Les spécialistes du marketing — pour qui la chose n'est pas passée inaperçue —

⁷ *Op. Cit.*, Note 1.

⁸ *Op. Cit.*, Note 1.

⁹ MARTENS, Lydia, Dale SOUTHERTON et Sue SCOTT. « Bringing Children (and Parents) into the Sociology of Consumption : Towards a Theoretical and Empirical Agenda », *Journal of Consumer Culture*, vol. 4, n° 2, 2004, pp. 155-182, DOI: 10.1177/1469540504043680.

¹⁰ *Op. Cit.*, Note 1.

disent que l'enfant à ce stade a un pied dans le monde de l'enfance, et un autre dans le monde des adultes¹¹.

Cela est particulièrement vrai pour les jeunes filles de 9 à 14 ans, qui sont davantage enclines à rechercher de l'information sur la consommation dans des revues qui s'adressent en apparence à un public plus âgé¹².

Les marketeurs ne restent évidemment pas inertes face à ce processus de développement et de formation de jeune comme consommateur; le discours commercial tendrait même à récupérer pour le remodeler dans une configuration qui lui soit avantageuse le discours sociologique.

Consumer culture is deliberately targeting children from a young age with messages about what is beautiful and who is cool and at the same time making materialistic and appearance norms and values a key focus of children's socialization experience. Childhood has become increasingly commercialized and children are no longer seen as outsiders to contemporary consumer culture. When childhood is described with play, fun and toys, the children's market is naturalized and sacralized by the making toy makers a part of the landscape of childhood.

According to Cook (2007) the concept of child consumer arises from discourses that are produced by marketers, retailers, researchers and advertisers. Marketers have positioned the social meaning of their goods and brands between parents and children. Cook (2007) conceptualizes the child consumer as "a social construction – i.e. an assemblage of qualities, beliefs and conjectures concerning the "nature" and motivation of children regarding commercial goods and meanings"

When studying market actors' discourses in North America they describe children as free market actors (i.e. as consumers), which therefore serves to make marketing to them a morally acceptable practice. [...] Discourses on commercialization and commercial marketing to children draw on wider arguments that see children as competent social subjects who have the right to participate in society and have an influence over their own lives. Childhood is embraced by a new kind of naturalness, it is replacing the earlier assumptions of development that strictly evolves through ages and in stages¹³.

Cet intérêt poussé envers le jeune marché et les moyens mis en œuvre pour le faire participer au monde de la consommation pourrait justifier à lui seul le besoin d'intervention législative visant à maintenir l'équilibre entre cette poussée consumériste et les consommateurs vulnérables que sont les mineurs.

Une bonne partie de l'apprentissage par les mineurs de leur rôle de consommateur se fait pourtant de façon pragmatique, par leur simple présence, par exemple, dans les centres

¹¹ BROOKES, Fiona et Peter KELLY. « Dolly girls: tweenies as artefacts of consumption », *Journal of Youth Studies*, vol. 12, n° 6, 2009, pp. 599-613.

¹² *Op. Cit.*, Note 11.

¹³ VÄISTÖ, Terhi «Children and brands in consumer culture. The formation of private and social identities» Marketing Master's thesis (2009), p. 17 et suivante, [En ligne], http://hsepubl.lib.hse.fi/Fl/ethesis/pdf/12183/hse_ethesis_12183.pdf (consulté le 22 juin 2011).

d'achats, avec des gens avec lesquels ils souhaitent participer à une activité de magasinage parce qu'ils les considèrent comme plus expérimentés dans le domaine. L'adolescent moyen peut passer jusqu'à 3,5 heures par semaine au centre d'achats¹⁴.

Au fur et à mesure qu'il vieillit, l'enfant acquiert de l'expérience dans le monde de la consommation comme ailleurs, et il développe son sens critique face aux offres qui lui sont faites. Il ne faut toutefois jamais perdre de vue que le consommateur adolescent reste, en quelque sorte, en période de probation, puisque son jeune âge et l'expérience limitée dont il dispose l'empêchent d'avoir toute la perspective nécessaire pour juger correctement les messages marketing qui lui sont communiqués¹⁵, notamment en raison de l'énorme place qu'occupe la pression des pairs¹⁶.

Le jugement du consommateur adolescent peut portant varier selon la source et le mode d'acquisition de l'information dont il disposera :

[T]eens are more likely to purchase products based on quality, value and utilitarian function if they read printed media and interact with their parents. However, teens who rely on friends and television advertising for product information tend to be more brand and fashion conscious and impulsive in their product selections¹⁷.

Ainsi, la pression des pairs s'avère être une bien mauvaise conseillère lorsque les autres sources d'information sur les enjeux de consommation dont dispose le jeune sont trop limitées ou sont inexistantes.

Le fait que les jeunes continueront de jouer un rôle important dans le monde de la consommation semble inexorable, et ce, malgré leur difficulté à en comprendre tous les tenants et aboutissants. Cette place toujours grandissante que prennent les jeunes, et principalement les adolescents, dans l'univers de la consommation s'explique, notamment, par une réalité bien simple : ils en ont les moyens.

¹⁴ CRUTSINGER, Christy, Dee KNIGHT et HaeJung KIM. « Teens' consumer interaction styles: the impact of assertive and aggressive behaviour on attitudes towards marketing practices », *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 34, 2010, DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00846.x.

¹⁵ MCGREGOR, Sue L.T. « Portraying the Canadian population as consumers », *Canadian Home Economics Journal*, Vol. 51, n° 1, 2001, pp. 36-40, [En ligne], http://www.consultmgregor.com/documents/research/Canadian_consumer_profiles.pdf (consulté le 22 juin 2011).

¹⁶ CRUTSINGER, Christy, Dee KNIGHT et HaeJung KIM. « Teens' consumer interaction styles: the impact of assertive and aggressive behaviour on attitudes towards marketing practices », *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 34, 2010, DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00846.x.

¹⁷ *Op. Cit.*, Note 17.

2.2 La croissance des dépenses discrétionnaires des mineurs

2.2.1 La contribution des enfants à la cagnotte familiale

C'est un truisme que de dire que le rôle des enfants et des adolescents et la place qu'ils occupent dans la structure familiale ont grandement évolué depuis plusieurs décennies. L'affirmation n'en demeure pas pour le moins exacte et pertinente aux fins de notre étude.

Si l'on recule dans le temps, un des changements les plus frappants parmi ceux qui ont été observés est l'augmentation, en particulier chez les adolescents, des sommes qu'ils peuvent dépenser de façon essentiellement discrétionnaire, plus ou moins à l'abri de la surveillance ou de l'intervention des parents, pour satisfaire leurs propres envies ou besoins.

Cela contraste avec l'époque où la famille était conçue comme une unité solidaire, les membres étant à son service de manière quasi exclusive et veillant à combler les besoins de la famille plutôt que les leurs propres, comme le remarque Ali de Regt dans un article sur l'évolution du rôle des enfants au sein de la famille :

Over the course of the 20th century, the position of children in the family economy has changed fundamentally. Children are no longer co-providers in the family, nor do they supply labor power to the family as a whole. [...] Teenagers do not contribute to the family income even when they get paid for out-of-school work¹⁸.

Selon ce chercheur, ces changements s'expliquent principalement par l'amélioration des conditions de vie et du revenu disponible des familles depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale. La plus faible dépendance des parents à la contribution financière de leurs enfants à la tirelire familiale a permis une redéfinition des normes quant au rôle économique des enfants au sein de la famille.

For increasingly more parents, it became normal and desirable that their children made no active economic contribution to the family, as had been the standard for members of the elite in the past. The direct economic reciprocity between the generations changed into a one-way flow from the older to the younger generation¹⁹.

On constate ici comment s'affirme ce changement de valeurs : non seulement la contribution des enfants à la caisse familiale n'est plus requise, elle devient même, du point de vue des parents, socialement indésirable, comme si le fait de tourner le dos à la réciprocité constituait un nouvel étalon de réussite économique et sociale. Un auteur y voit le résultat d'une génération d'enfants éduqués par des parents plus riches qu'anciennement, mais pauvres comme jamais en temps²⁰.

En outre, il s'avère que les parents sont bien conscients que, dans une société de consommation comme la nôtre, leurs enfants ont des désirs relativement dispendieux. N'ayant

¹⁸ DE REGT, Ali. « Children in the 20th-century family economy: From co-providers to consumers », *History of the Family*, Vol. 9, 2004, pp. 371-384.

¹⁹ *Op. Cit.*, Note 18.

²⁰ SCHAEFER, Allen D., Charles M. HERMANS et R. Stephen PARKER. « A cross-cultural exploration of materialism in adolescents », *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 28, No. 4, 2004, pp. 399-411.

pas eux-mêmes les ressources financières pour combler tous ces désirs, permettre à son enfant de dépenser discrétionnairement son argent constitue une solution alléchante pour bien des parents :

Parents do not expect their children to give part of their earnings as a contribution to the family budget. Yet they value the money their children earn. They realize that they themselves would not be able to provide money to keep up the lifestyle their adolescents demand. The status competition amount young people calls for participation in an expensive consumer culture. And though public opinion is often critical of the high consumption level of teenagers, parents feel their opposition might leave their children excluded from their peer group²¹.

Bien entendu, la capacité des mineurs d'acquérir les biens et services qu'ils désirent ne dépend pas uniquement de la générosité ou des ressources financières de leurs parents, comme le souligne une autre étude, qui explique que les différences entre les ressources des parents ne se reflètent pas nécessairement sur les ressources totales dont disposeront leurs enfants pour leurs propres dépenses :

Also, teenagers can work to a certain extent and earn their own money. Thus, in spite of parents' primary contribution, it is not obvious that the economic level of the children is determined by the parents' resources. Moreover, the allocation of resources within the family can differ as a function of economic situation. Swedish studies have shown that children in economically vulnerable homes have a poorer situation compared with other children in several respects (e.g. own cash margin, own room), but in other areas (e.g. pocket money and owning a mobile phone) they are partly or totally compensated and therefore to some degree indemnified for their parents' poor situation²².

On observe donc ici un renversement de situation : l'enfant, jadis tenu de partager ces revenus avec l'ensemble de sa famille est maintenant subventionné par cette même famille, même en situation économiquement difficile.

Par ailleurs, contrairement à ce qu'on aurait pu croire, le pouvoir des enfants dans la famille n'a pas souffert, au contraire, de cette redéfinition des rôles voulant que les enfants cessent d'être des contributeurs à la caisse de la famille :

Relations within the family became less hierarchical; children were treated more as equals; their demands were taken more seriously; and more of their wishes were met. [...] Behavioral demands are less strictly enforced, and parents and children negotiate about acceptable behavior. Loss of economic function has not weakened the power of children in the family²³.

Compte tenu de la position historiquement avantageuse des enfants d'aujourd'hui au sein de leur famille, on ne s'étonnera pas de constater, comme le note l'Institut Vanier, que les jeunes « quittent le foyer familial de plus en plus tard... et y reviennent. Le départ du domicile parental

²¹ *Op. Cit.*, Note 18.

²² OLSSON, Elin. « The Economic Side of Social Relations: Household Poverty, Adolescents' Own Resources and Peer Relations », *European Sociological Review*, Vol. 23, No. 4, 2007, p. 471-485, DOI : 10.1093/esr/jcm016.

²³ *Op. Cit.*, Note 18.

devient un long processus, une période où «les liens étroits avec le foyer familial se défont lentement plutôt que rapidement²⁴».

Même si ce chiffre ne concerne pas directement les personnes mineures, il est intéressant de noter qu'en 2006, c'est environ 60 % des jeunes adultes de 20 à 24 ans qui vivaient chez leurs parents, soit une augmentation de 40 % par rapport aux chiffres obtenus en 1981²⁵.

Parmi les Canadiens âgés de 15 à 19 ans, 92 % vivaient avec leurs parents en 2006²⁶.

L'exemple de l'adolescent qui, vers l'âge 16 ans, quitte le nid familial et l'école pour intégrer le marché du travail fait donc désormais figure de cas limite (sauf peut-être au Nunavut où ce chiffre oscille plutôt autour de 80 %)²⁷.

Il s'agit d'une donnée importante à retenir, car elle montre bien qu'il faut se garder d'analyser les règles qui gouvernent la capacité des mineurs en considérant comme la norme le cas du mineur qui quitte le foyer familial pour vivre en complète autonomie, cas qui est statistiquement plus rare qu'il ne l'était auparavant. Autrement dit, vu la situation de la majeure partie des jeunes d'aujourd'hui, la volonté d'assurer la sécurité juridique des transactions conclues par les mineurs, qui découlerait de la nécessité d'assurer aux mineurs autonomes la possibilité de se procurer les choses essentielles à leur subsistance, ne devrait pas l'emporter sur les préoccupations de protection des autres mineurs, encore dépendants de leurs parents.

Comme nous le verrons, ce commentaire s'applique tout particulièrement aux règles de droit qui régissent la capacité de contracter des mineurs dans les provinces canadiennes (sauf le Québec), où la protection accordée au mineur se trouve réduite lorsqu'il contracte pour des « necessities »²⁸. Or, d'un point de vue critique, il faut se rappeler que la situation type du mineur autonome servant de justification à l'exception relative aux *necessaries* — qui a été développée à une époque où l'âge de la majorité était bien plus élevé — ne concerne donc qu'environ 8 % des mineurs canadiens. Il nous paraît donc questionnable de diminuer la protection pour les 92 % de mineurs restants chez leurs parents, au nom d'une sécurité juridique (dont la nécessité ne semble pas prouvée) qui n'est utile que pour 8 % des mineurs. En droit québécois, l'émancipation possible des rares mineurs qui quittent désormais le foyer familial permet, dans une certaine mesure, d'éviter un tel piège²⁹.

Il sera bon de garder à l'esprit ces changements de paradigme lorsque nous étudierons les encadrements juridiques à la protection accordée aux mineurs en matière contractuelle et de voir comment des lois qui ont bien souvent été conçues dans un contexte social fort différent peuvent s'appliquer à la situation actuelle et comment elles s'y adaptent.

²⁴ INSTITUT VANIER. *La famille compte : Profil des familles canadiennes*, 2010, [En ligne], http://www.vifamily.ca/media/node/389/attachments/La_famille_compte.pdf (consulté le 29 mars 2011).

²⁵ *Op. Cit.*, Note 24.

²⁶ *Op. Cit.*, Note 24.

²⁷ *Op. Cit.*, Note 24.

²⁸ Voir notre analyse de l'encadrement juridique des contrats conclus par des mineurs dans les provinces canadiennes.

²⁹ Art. 167 et suiv. C.c.Q.

2.2.2 Le taux d'emploi des adolescents

De nos jours, les adolescents occupent au sein du marché du travail une place plus importante qu'autrefois. En effet, de plus en plus d'adolescents disposent maintenant d'un emploi rémunéré, et ce, même durant leurs études secondaires.

À cet égard, l'Institut Vanier rapporte les faits suivants :

En 2005, un adolescent sur cinq (21 %) possédait un emploi rémunéré pendant qu'il fréquentait l'école à temps plein. [...] Le temps moyen accordé au travail rémunéré en 2005 était de 0,7 heure les journées d'école et de 1,7 heure les journées de fin de semaine, une hausse globale de 2 heures par semaine depuis 1986³⁰.

L'Institut remarque également que la participation des adolescents aux tâches ménagères a légèrement diminué entre 1986 et 2005, passant de 28 minutes à 23 minutes par jour³¹.

Les opinions diffèrent au sujet de l'implication accrue des jeunes dans le marché du travail. Certains y voient une opportunité de développer leurs compétences et leur sens des responsabilités, tandis que d'autres y voient souvent une certaine forme d'exploitation, dont la fameuse « McJob » serait l'archétype. Un chercheur américain avance par ailleurs que la faible pression sur les adolescents à contribuer aux revenus de leur famille – et par conséquent le fait qu'ils ont des besoins moindres, les besoins essentiels étant de surcroît assurés par la cellule familiale – fait en sorte que leurs critères d'appréciation d'un emploi – et pas seulement les critères économiques – ne sont peut-être pas les mêmes que ceux que l'on rencontre chez les adultes :

Unlike the adults who would otherwise fulfill these positions, affluent teenagers are less concerned with having benefits, and the less than full-time hours are less problematic for teenagers. Therefore, low wages and lack of benefits that are typical characteristics of exploitive jobs are not necessarily considered exploitive by the teenagers who come from affluent backgrounds with ample allowances and health benefits through their families³².

Comme nous le verrons, il est d'ailleurs clair que les législateurs ont généralement voulu favoriser l'emploi chez les jeunes. Au Québec, par exemple, le Code civil prévoit que le mineur est réputé, c'est-à-dire considéré sans exception, comme une personne adulte lorsqu'il contracte dans le cadre de son emploi (art. 156 C.c.Q.). Autre exemple on ne peut plus révélateur : le calcul des besoins à combler, dans le cadre de l'octroi de prêts et bourses pour les étudiants, se fait notamment sur la base d'une présomption de revenus de travail pendant les mois de relâche scolaire³³.

Une fois admis que le travail des mineurs est une façon pour eux, libérés du besoin de contribuer aux revenus directs/collectifs de la famille, de se donner les moyens d'acquérir une

³⁰ *Op. Cit.*, Note 24.

³¹ *Op. Cit.*, Note 24.

³² BESEN, Yasemin. « Exploitation or Fun? : The Lived Experience of Teenage Employment in Suburban America », *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 35, 2006, pp. 319-340, DOI: 10.1177/0891241606286817.

³³ Règlement sur l'aide financière aux études, RRQ, c A-13.3, r 1.

identité sociale en se familiarisant avec et en s'intégrant au système consumériste aux seules fins de combler leurs propres besoins ou désirs (que ces derniers aient ou non été façonnés par ce même système consumériste), il ne faut pas minimiser les effets parfois néfastes du travail rémunéré chez les adolescents. Il s'agit d'une préoccupation que soulève notamment l'Institut Vanier :

Les adolescents mènent des vies occupées et plusieurs se disent stressés. Un jeune sur six se considérerait comme un « bourreau de travail », 39 % d'entre eux se sont dit constamment sous pression pour en accomplir plus qu'ils n'en sont capables et 64 % ont déclaré avoir réduit leur nombre d'heures de sommeil pour joindre les deux bouts³⁴.

On peut donc dire que l'adolescent d'aujourd'hui effectue davantage de travail rémunéré (deux heures de plus par semaine qu'en 1986, mais moins de tâches ménagères (35 minutes de moins par semaine) et dispose de plus d'argent à dépenser comme il l'entend, puisqu'il n'est généralement pas tenu de partager ses revenus avec le reste de sa famille. De ce fait, on comprend aisément pourquoi les spécialistes du marketing s'intéressent de plus en plus aux enfants et aux adolescents. On comprend aussi l'importance de bien définir le cadre des obligations contractuelles de plus en plus nombreuses qu'implique cette participation accrue des jeunes dans des activités commerciales.

2.2.3 Quelques chiffres sur les ressources financières des mineurs

Il est maintenant clair que le mineur d'aujourd'hui possède des ressources financières plus importantes qu'autrefois, ressources qu'il peut en outre utiliser à sa guise. Définir l'ampleur exacte de ces ressources demeure cependant une entreprise plus périlleuse.

Au Canada, une étude réalisée au milieu des années 90 a évalué que les adolescents âgés de 12 à 17 ans possédaient en moyenne un revenu disponible d'environ 500 \$ par mois. À première vue, cette donnée étonne; on peut raisonnablement supposer que la moyenne est poussée à la hausse par la tranche plus âgée de ce groupe, plus active sur le marché du travail³⁵.

Il importe aussi de se rappeler que ces revenus disponibles des mineurs ne sont pas constitués uniquement de leurs gains personnels, mais incluent aussi des sommes qui proviennent de leurs parents, étant donné que ces derniers leur délèguent certains achats :

[E]arlier American research shows that teens annually spent more than \$60 billion (US) of their own money, and more than 30 billion (US) of their parent's money, in the early 90s³⁶.

³⁴ *Op. Cit.*, Note 24.

³⁵ Les données plus récentes dont nous disposons de Statistique Canada ne traitent que du revenu d'emploi gagné par les 15-19 ans, ce qui a pour défaut d'exclure les sommes venant d'autres sources (allocations, cadeaux, etc.) et d'inclure à tort les revenus d'emploi des jeunes adultes de 18 et 19 ans. Voilà pourquoi nous citons l'étude suivante, quoique qu'elle puisse commencer à dater : MCGREGOR, Sue L.T. « Portraying the Canadian population as consumers », *Canadian Home Economics Journal*, Vol. 51, No. 1, 2001, pp. 36-40, [En ligne], http://www.consultmgregor.com/documents/research/Canadian_consumer_profiles.pdf (consulté le 22 juin 2011).

³⁶ *Op. Cit.*, Note 35.

Sur le plan macro social, l'importance grandissante du mineur consommateur se confirme. Une étude rapporte que les adolescents américains ont dépensé en 1998 environ 141 milliards, soit près du double qu'au cours de la précédente décennie. De leur côté, les Canadiens âgés de 10 à 19 ans ont dépensé 13,5 milliards en biens et services divers en 1998³⁷.

Une autre étude affirme qu'en 2002, la consommation des 12-19 ans a atteint 170 milliards de dollars aux États-Unis, les adolescents dépensant en moyenne plus de 100 \$ par semaine (incluant les dépenses déléguées par leurs parents³⁸).

Déjà en 1997, le magazine Info-Pressé indiquait que :

Les ados québécois dépensent globalement 1,5 milliard \$ par an et influencent pour six milliards d'achats dans leur foyer³⁹.

À la lumière des changements socioéconomiques qui ont marqué la famille au cours des dernières décennies dont nous avons traité, ces statistiques ne surprennent guère.

Chose certaine, le rôle du mineur comme consommateur est une réalité dans la société d'aujourd'hui. Est-ce à dire que le mineur est pour autant un consommateur parfaitement accompli?

2.3 Les contrats visant les besoins ordinaires du mineur

Les mineurs ayant en poche de plus en plus d'argent, ils consomment naturellement une foule de biens et de services de toutes sortes. Billets de spectacles, musique en ligne, vêtements, repas au restaurant, médicaments en vente libre, etc. les occasions d'achat (et les incitatifs à dépenser) ne manquent pas.

Dans le cadre de notre recherche, nous nous sommes attardés à certains des types de contrats conclus par des mineurs dont les médias traditionnels et numériques, d'après les recherches que nous avons effectuées dans diverses banques de données et sur le Web, font le plus souvent mention.

Les pages qui suivent présentent les principales problématiques que soulèvent ces types de contrats quant à, notamment, la capacité de contracter des mineurs et aux enjeux de protection qui les sous-tendent.

Ces dépenses sont parfois sans grande importance, économiquement ou autrement, tandis qu'à d'autres moments, la décision d'un mineur de se procurer tel bien ou tel service est plus susceptible de comporter des conséquences dont la gravité pourra varier. Le besoin de protection des mineurs variera donc lui aussi au gré des enjeux propres aux différents contrats

³⁷ *Op. Cit.*, Note 35.

³⁸ SCHAEFER, Allen D., Charles M. HERMANS et R. Stephen PARKER. « A cross-cultural exploration of materialism in adolescents », *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 28, No. 4, 2004, pp. 399–411.

³⁹ InfoPresse, Marketing et consommateurisme, Montréal, mai 1997, sur le site de Réseau Éducation-médias. [En ligne] <http://www.media-awareness.ca/francais/parents/marketing/index.cfm> (consulté le 14 juin 2011).

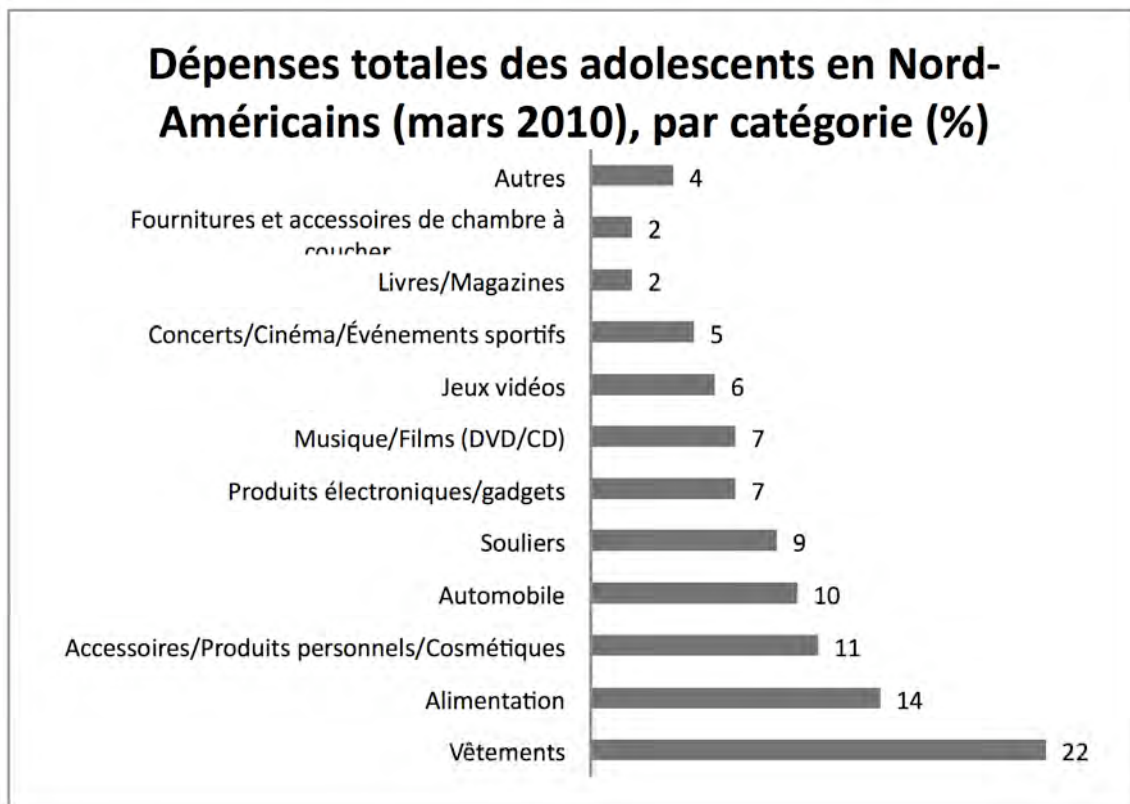
qu'ils concluent. Dans certains cas, ces enjeux débordent le strict cadre de la protection du consommateur pour se frotter à d'autres considérations, comme le respect de l'autorité parentale ou le bien-être psychosocial du mineur, voire sa sécurité.

Lorsqu'on parle de la capacité de contracter des mineurs, la référence au « contrat » peut amener à croire que l'on n'envisage ici que les situations où le mineur se procure des biens ou des services à des conditions qui impliqueront des obligations importantes, soit un prix élevé.

Par contre, comme nous l'expliquons plus loin dans ce rapport, l'expression « capacité de contracter » couvre pratiquement toutes les transactions qu'effectuent les mineurs auprès des commerçants, incluant les plus banales. Au sens de la loi, un enfant qui achète quelques bonbons « contracte » au même titre que l'adolescent qui achète un véhicule automobile : il s'agira dans les deux cas d'un contrat conclu par un mineur. Le fait que le contrat du premier soit verbal ou que des règles particulières s'appliquent à certaines transactions ne change rien à la règle générale : il y a dans les deux cas conclusion d'un contrat de vente.

Le graphique suivant présente les résultats d'une étude américaine⁴⁰ identifiant les principaux postes de dépenses des mineurs :

Graphique 1



On constate, à la lecture de ce graphique, que la plupart des achats effectués par des personnes mineures visent l'obtention de biens et de services relativement courants.

⁴⁰ EMARKETER. « Social Shopping Draws Teens », [En ligne], <http://www2.emarketer.com/Article.aspx?R=1007850> (consulté le 10 novembre 2010).

Ainsi, 22 % des dépenses effectuées par des mineurs sont dédiées à l'achat de vêtements, tandis que la nourriture représente 14 % de leurs dépenses. Comme les parents se chargent généralement de l'alimentation de leur enfant mineur (à condition qu'il demeure au domicile familial, ce qui, statistiquement, est le plus souvent le cas), il y a lieu de croire que ce 14 % représente plus précisément des dépenses en restaurants ou relatives à d'autres gâteries alimentaires.

On constate également que la plupart des dépenses identifiées dans ce graphique ne portent pas sur l'acquisition des biens durables. À elles seules, les dépenses relatives au maintien de l'apparence du mineur représentent, lorsqu'elles sont combinées, 42 % de toutes ses dépenses (vêtements, 22 %, chaussures, 9 %, accessoires, cosmétiques, 11 %).

Relativement à de menues dépenses, on peut émettre l'hypothèse que les problématiques générales de protection du consommateur l'emportent sur les problématiques qui concernent spécifiquement les mineurs, vu la faible portée des contrats en cause. En d'autres termes, on pourrait croire que la protection des consommateurs mineurs, en ce qui concerne les menues dépenses, sera correctement assurée si l'ensemble des consommateurs, tous âges confondus, est également bien protégé par les lois qui encadrent les rapports entre commerçants et consommateurs.

Pourtant, comme nous l'avons vu plus haut, certains aspects de la consommation doivent être abordés, lorsqu'il s'agit de contrat avec un mineur, avec un biais particulier. Pour qu'un contrat soit valide, encore faut-il en effet que la personne qui le conclut soit en mesure de comprendre la nature du contrat. Le montant ou la nature du dommage que pourrait subir un mineur suite à la conclusion d'un contrat dont il n'est pas en mesure de comprendre la portée, non parce que le commerçant aurait passé sous silence, par exemple, des faits importants, ou qu'il aurait fait de fausses représentations, mais tout simplement parce que son cocontractant ne disposait pas, du fait de son jeune âge, des capacités nécessaires, ne changent rien à l'affaire. Comme on le verra plus loin, la détermination de l'existence d'une lésion (ou, là où s'applique la common law, la doctrine de l'« unconscionability ») requiert l'analyse de conditions fort subjectives chez le consommateur; or la littérature scientifique sur la psychologie a reconnu depuis longtemps que le jugement des mineurs face à la consommation est défaillant, que ce soit pour des raisons de développement ou de socialisation – et ce sont ces incapacités relatives qui servent de fondement à l'encadrement particulier que fait la loi pour les contrats conclus avec les mineurs.

2.4 De certains contrats particulièrement problématiques pour les mineurs

Dans cette section du rapport, nous examinerons quelques exemples de contrats particulièrement susceptibles de poser problème pour les mineurs. Le lecteur pourra trouver ci-dessous notre analyse de ces situations et, en annexe, de l'information et des cas supplémentaires rapportés par les médias.

2.4.1 La marche vers l'autonomie

Même si elle ne se fait pas toujours sans heurts, la marche vers l'autonomie du mineur est essentielle. Rappelons, comme le soulignait le ministre de la Justice dans ses commentaires au

nouveau Code civil québécois que « *l'être humain est ainsi fait qu'il acquiert graduellement science, jugement, maturité et sagesse*⁴¹ ».

Les premiers contrats d'importance que concluent les mineurs sont souvent en lien avec leur marche vers l'autonomie. En effet, les conséquences juridiques et pratiques liées au fait de signer un premier bail de logement ou d'acheter une voiture sont autrement plus importantes que celles relatives à l'achat d'un disque compact, par exemple.

L'adolescent de 17 ans qui quitte le foyer familial doit se procurer, outre le logement, un certain nombre de biens et services essentiels, qu'il s'agisse d'une voiture, de meubles, d'électricité, de services de télécommunication, etc.

Le mineur, afin de se procurer certains de ces biens, pourra aussi vouloir contracter un emprunt ou utiliser une forme quelconque de crédit⁴².

Contrairement aux contrats qui se rapportent à de menues dépenses, un bail, un abonnement à un service téléphonique résidentiel, aux services publics (électricité, gaz) entraînent d'importantes conséquences dont un mineur, inexpérimenté, pourra ne pas avoir conscience au moment de contracter : des frais, fixes ou additionnels (interurbains, par exemple) importants et récurrents, une tache au dossier en cas de défaut de paiement (dossier de crédit, des entreprises de service). Dans le cas des jeunes vivant avec des colocataires, la question de la responsabilité commune, conjointe ou solidaire, des comptes pourra également s'avérer problématique, en cas de départ ou de non-paiement par l'un deux, par exemple.

Un populaire quotidien québécois⁴³ rapportait récemment l'histoire d'une jeune fille qui s'est retrouvée dans une situation qu'elle n'avait certes pas prévue lorsqu'elle a accepté, par naïveté et par manque d'expérience, de contracter un service pour rendre service à un tiers. Elle a en effet convenu de contracter en son nom un abonnement à un service téléphonique à l'adresse d'une collègue de classe qu'elle connaissait à peine. Le quotidien rapporte ainsi les faits :

Émilie Demers a 17 ans tout juste. À l'insu de sa mère, en août 2009, elle s'abonne chez Bell, pour aider une amie. Pas de contrat. Pas de signature. Huit mois plus tard, l'amie refuse de payer une facture de 600 \$. Émilie a un problème.

[...]

Émilie, de Lachute, étudiante et sans emploi, raconte : « Je suivais un cours avec cette fille. Elle a environ 27 ans et deux enfants. Quand elle m'a dit qu'elle n'avait pas les

⁴¹ MINISTÈRE DE LA JUSTICE DU QUÉBEC, *Code civil du Québec : Textes, sources et commentaires*, Livre I, Québec, Éditeur officiel, 1992, p. 93. cité dans DELEURY, Édith et Dominique GOUBAU. *Le droit des personnes physiques*, Cowansville, Yvon Blais, 4^e édition, 2008, paragr. 473.

⁴² TISON, Marc. « Maman! Moi aussi, je veux une carte de crédit! », *Cyberpresse*, 18 juin 2007, [En ligne], <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/200901/06/01-676390-maman-moi-aussi-jeveux-une-carte-de-credit.php> (consulté le 2 février 2011). Mentionnons que les institutions financières n'ont pas pour pratique, au Canada, d'émettre des cartes de crédit à des mineurs. Le projet de loi 24, déposé le 8 juin 2011 à l'Assemblée nationale du Québec propose de mettre fin législativement à la possibilité pour des jeunes de moins de 18 ans d'avoir une carte de crédit sans l'autorisation des parents.

⁴³ LABROSSE, Serge. « Mineure, elle se fait avoir par une amie et par... Bell », *Journal de Montréal*, 27 mars 2010, [En ligne], <http://fr.canoe.ca/infos/societe/archives/2010/03/20100327-095300.html> (consulté le 6 janvier 2011).

moyens de payer le téléphone pour appeler sa mère malade et m'a demandé de l'aider, je me suis sentie mal, je n'ai pas pu refuser. Je pensais qu'elle payerait. »

Le compte était enregistré au nom d'Émilie, à l'adresse de l'amie. Le temps a passé. Puis, un week-end, Émilie a eu un doute. Elle a téléphoné chez Bell et a appris que le compte, totalisant 566 \$, restait impayé.

« J'ai appelé la fille, reprend Émilie, mais elle m'a raccroché la ligne au nez. »

Apprenant la chose, la mère d'Émilie réagit : *« Émilie commence tout juste dans la vie et n'a pas d'expérience en affaires. Je ne veux pas que son nom soit terni pour ça ».*

Les commentaires laissés par des internautes sur le site Web du quotidien en réaction à cette affaire nous donnent le pouls de la perception du public face à une telle situation. À l'instar de la mère d'Émilie, plusieurs ont manifesté leur étonnement face au fait qu'une entreprise de téléphonie ait accepté de conclure un contrat avec une adolescente de 17 ans (nous reproduisons les extraits des commentaires tel qu'ils ont été publiés) :

Premièrement, Bell n'a pas le droit de faire des ententes avec des personnes mineures. L'employé de Bell était au courant de l'âge de l'adolescente, car il lui a demandé son permis de conduire et sa carte d'assurance maladie. Tout à fait irresponsable de sa part, il devrait être réprimandé sinon congédié pour avoir enfreint la loi.

Deuxièmement, vous accepteriez, vous, en tant que parent, ce genre de situation? Si l'on considère que l'adolescente est aux études et n'a pas d'emploi, alors ce sera vous, le parent, qui devrez payer.

Troisièmement, vous jeter la pierre rapidement à cette adolescente, qui j'en conviens, a fait une erreur de jugement, mais qui voulais rendre service à une personne, semble-t-il, démunie. C'est souvent le bon Samaritain qui est pénalisé.

Ou encore :

Je crois que c'est de la faute aux deux et mêmes je dirais au trois. Pour moi, toutes bonnes compagnies qui acceptent les mineurs devraient demander un consentement d'un tuteur majeur. Je crois que celui qui a répondu à la jeune fille a été totalement irresponsable d'avoir ouvert un compte à un mineur et de plus sans faire signer de contrat à personne. (S'il est vrai qu'il connaissait l'âge de la jeune mineure [...]).

D'autres, par contre, ont insisté sur la responsabilisation du mineur face à cette décision de se porter garante d'une vague connaissance :

Bonjour. Je ne crois pas que ce soit à Bell de faire une exception quelconque dans ce cas là. Malheureusement, la jeune fille aurait du en parler à ses parents avant de faire un truc comme celui-là. A 16 ans, on devrait être en mesure de savoir ce qui est bien. La naïveté, c'est triste, mais c'est un fait. Bell n'a pas à payer pour ça. Ou va s'arreter les cas d'exception et/ou les cas de clients malveillants?

Le quotidien rapporte des extraits d'une entrevue avec une porte-parole de l'entreprise concernée, qui décrit sa politique d'affaires face aux personnes d'âge mineur :

« Normalement, on ne permet pas que des personnes sous l'âge de la majorité signent un contrat ou activent un compte mensuel. Mais dans certains cas extrêmes, il se peut qu'on le permette. »

L'exception évoquée serait « le cas d'une personne qui vit seule et à qui il faut un moyen de communiquer. Mais c'est vraiment rare et il faut avoir la preuve que c'est le cas », dit-elle⁴⁴.

Comme nous le verrons, les perceptions des internautes ne sont pas forcément des plus exactes. Ainsi que nous l'expliquons dans notre analyse du cadre juridique québécois, la véritable question en pareille circonstance n'est pas nécessairement de se demander si l'entreprise avait ou non le droit de contracter avec la mineure, mais de savoir si le contrat est lésionnaire. Cette manière que les internautes ont d'analyser la situation — en préconisant une approche restrictive de la capacité de contracter des mineurs — s'observe également chez les parents d'adolescents que nous avons interrogés, ainsi que le révèlent les résultats de notre cueillette de données présentés plus loin dans ce rapport.

Aux fins de notre étude, ce cas présente une illustration intéressante parce qu'elle souligne de façon très révélatrice plusieurs des éléments qui servaient de base aux constats que nous faisons au chapitre précédent : l'inexpérience du mineur qui justifie la nécessité de le protéger, le flou qui existe dans les perceptions du public par rapport à la possibilité pour un jeune de contracter seul et aux conséquences possibles d'un tel contrat, et la position des entreprises sur cette question, relativement inconfortable en l'occurrence.

Les services de télécommunication sont probablement aujourd'hui parmi les premiers que convoitent les jeunes, qui communiquent dorénavant de plus en plus par téléphonie cellulaire, que ce soit pour les communications vocales ou les communications par messages texte. Si les téléphones cellulaires sont maintenant légion parmi les enfants et les adolescents, c'est que l'acquisition d'un téléphone cellulaire s'est imposée, pour bien des adolescents, comme un symbole suprême de l'autonomie; appareil irrésistible, donc, pour les enfants et les adolescents en quête de cette autonomie maintenant disponible, leur semble-t-il, par voie de contrat à mensualités.

Option consommateurs note dans un rapport de recherche l'importance symbolique du téléphone cellulaire :

Le téléphone cellulaire est un objet fait sur mesure pour les adolescents. Rempli de promesses d'indépendance et de liberté, il leur permet de s'évader du giron familial et d'être en contact avec leurs amis en tout temps. Pas surprenant que, durant les dernières années, les entreprises de téléphonie cellulaire, qui avaient d'abord eu pour cible les adultes, se sont intéressées à cette clientèle. Elles ont mis sur le marché des produits susceptibles de leur plaire, elles ont réalisé des publicités destinées à les séduire, et elles ont multiplié les efforts pour les fidéliser⁴⁵.

⁴⁴ *Op. Cit.*, Note 43.

⁴⁵ OPTION CONSOMMATEURS, « Publicités des entreprises de téléphonie cellulaire : Des adolescents influencés, mais mal informés », juin 2007, p. iii, [En ligne], <http://www.option->

Il est étonnant d'entendre que les entreprises de télécommunications refuseraient systématiquement de conclure des contrats directement avec des mineurs relativement à des services de téléphonie cellulaire. La coutume veut plutôt que le compte soit enregistré au nom du parent de l'enfant, qui en sera l'unique responsable aux yeux du fournisseur⁴⁶. Par contre, il semblerait qu'il reste possible pour un adolescent de se procurer un appareil de téléphonie cellulaire, puis d'accéder au réseau d'un fournisseur par le biais de cartes prépayées.

2.4.2 La consommation de biens haut de gamme

Nous avons traité, dans notre exposé des mécanismes de socialisation du mineur comme consommateur, de l'ampleur des effets de la société de consommation sur le comportement du mineur.

Il ne faudra pas s'étonner, dès lors, que les mineurs, au même titre que les adultes, soient parfois tentés par des biens de luxe, voire carrément ostentatoires. C'est en effet devenu un lieu commun que de dire que les différentes campagnes de marketing poussent les consommateurs à évaluer leur réussite personnelle et sociale en fonction de la faculté à acquérir certains biens et services considérés, à tort ou à raison, comme prestigieux.

Compte tenu de leur inexpérience et des motivations parfois bien peu cartésiennes qui les animent, il peut être fort difficile pour les mineurs d'évaluer rationnellement si l'achat d'un bien de luxe est vraiment un choix judicieux et si la dépense s'avère raisonnable par rapport aux ressources financières dont ils disposent. On pourrait croire que, en règle générale, un mineur consultera ses parents avant de procéder à un tel achat. Ce serait faire bien peu de cas, toutefois, du désir de déclaration d'autonomie qui peut animer ce genre d'achat et que viendrait annihiler une demande de bénédiction préalable à l'autorité parentale.

On rapporte l'histoire d'un père qui, ayant appris après coup que sa fille avait effectué un achat de ce genre, a dû porter l'affaire devant la « Cour des petites créances » afin d'obtenir l'annulation du contrat. Dans l'affaire *Lajeunesse c. Rosenstein Chaussure Inc.*⁴⁷, il était question d'une adolescente de 15 ans qui s'était offert une paire de chaussures de 640 \$. La preuve au dossier démontre que le vendeur n'a pas cru bon de remettre une facture à la jeune consommatrice, et que les chaussures en question... n'étaient pas à sa taille et étaient trop petites pour elle! La preuve ne rapporte toutefois pas les arguments que le vendeur lui a servis pour qu'elle accepte de payer un tel prix pour des chaussures qui ne lui faisaient pas.

On ne peut que spéculer sur les raisons qui ont amené une adolescente de 15 ans à faire un achat aussi dispendieux. Comme l'adolescente était, au moment de l'achat, accompagnée de son copain – on pourrait aisément la soupçonner d'avoir été animée d'un certain désir d'impressionner; les messages véhiculés par le marketing garantissent en effet un tel résultat. La décision du tribunal fait par ailleurs état de la pression exercée par le vendeur, qui était sûrement bien réelle (on rappellera que, outre le fait qu'elles étaient terriblement dispendieuses, les chaussures qu'a achetées la mineure n'étaient pas à sa taille).

consommateurs.org/documents/principal/fr/File/rapports/pratiques_commerciales/oc_cellulaire_jeunes_2_00704.pdf (consulté le 18 janvier 2011).

⁴⁶ BOUCHARD, Carole. « Mon premier cellulaire », émission Légitime dépense (Télé-Québec), Montréal, Canada. [En ligne], <http://legitimedepense.telequebec.tv/occurrence.aspx?id=6> (consulté le 6 janvier 2011).

⁴⁷ *Lajeunesse c. Rosenstein Chaussure Inc.*, 2006 QCCQ 12123.

À notre sens, ce qui frappe le plus dans cette affaire qui frôle la caricature, c'est la difficulté qu'a éprouvée le père de l'adolescente à obtenir du commerçant l'annulation de la vente. Il semble évident qu'un cas aussi grossier que celui-là aurait dû être réglé de façon simple et informelle, sans qu'il soit nécessaire de faire intervenir le tribunal.

Aux fins de notre recherche, il importe donc de se demander quelles sont les raisons qui expliquent une telle difficulté à faire valoir les droits d'une personne mineure.

Les problématiques liées à l'achat de biens haut de gamme par un mineur peuvent se poser dans d'autres contextes. Certains articles de sports peuvent coûter plusieurs milliers de dollars : si un adolescent de 14 ans décide, sans consulter ses parents, de se procurer un vélo de montagne au prix de 2500 \$, ses parents seraient-ils en droit d'exiger que la vente soit annulée, dans l'hypothèse où ils s'opposeraient à l'achat de ce vélo? La popularité croissante de certains appareils électroniques, dont les ordinateurs-tablettes, soulève également, en même temps que la convoitise des jeunes, les mêmes questionnements. Un adolescent pourrait-il décider d'acheter seul un tel produit qui coûte après tout plusieurs centaines de dollars? Ce jeune ou ses parents sont-ils au courant des circonstances qui font que la validité de cette vente pourrait être contestée?

La question mérite d'être posée, car la consommation de biens de luxe, ostentatoires ou haut de gamme, n'est pas toujours avantageuse pour le mineur et est susceptible, étant donné le prix élevé de ces biens, de constituer un fardeau financier considérable (actuel et futur) pour le mineur.

2.4.3 Les mondes virtuels et autres jeux en ligne

Jusqu'à présent, nous avons beaucoup traité des problématiques de consommation qui sont plus susceptibles de toucher les adolescents, ces mineurs qui approchent plus ou moins l'âge de la majorité. D'après nos constatations sur le terrain et la couverture médiatique du phénomène⁴⁸, il existe une autre problématique, celle des contrats visant « l'achat » d'avatars ou d'autres « biens » virtuels.

Certains sites Web proposent aux enfants de créer une identité dans un monde virtuel, où ils peuvent jouer en ligne à certains jeux et interagir avec d'autres participants. Si l'inscription à ces sites est généralement gratuite, il reste que les jeunes qui y participent sont l'objet d'une sollicitation constante qui vise à leur faire acheter toutes sortes d'« extras » virtuels. Et la facture peut monter rapidement, étant donné que ces sites utilisent souvent un système de facturation 1-900, qui permet à l'enfant d'engager des sommes sans nécessairement en informer ses parents (ni même être lui-même parfaitement conscient du montant des frais qui s'accumuleront sur la facture téléphonique).

Plusieurs cas de ce type ont attiré l'attention des médias. On a notamment rapporté le cas d'une fillette de 10 ans qui a dépensé par le biais d'un système de facturation 1-900, sans l'accord de ses parents, la rondelette somme de 472 \$, sur une très courte période, en jouant à un jeu de poupées en ligne « gratuit »⁴⁹.

⁴⁸ http://www.radio-canada.ca/emissions/la_facture/2010-2011/blogue.asp?idEmission=115&post=132136

⁴⁹ CODERRE, Jean-François. « Une facture de 472 \$ pour un jeu de poupée en ligne », Rue Frontenac, Montréal, 1 août 2010, [En ligne], <http://ruefrontenac.com/nouvelles-generales/114-technologie/26022-le-paiement-partelephone> (consulté le 6 janvier 2011).

Sur le site VoxConso, un lieu d'échange entre journalistes et internautes mis sur pieds par la revue Protégez-Vous, une internaute rapporte même un cas où des frais de plus de 900 \$ auraient été facturés à des parents pour les jeux en ligne de leur enfant⁵⁰. Citons intégralement le récit que fait cette internaute, qui reflète bien la perception du public à l'égard de ce type de services :

J'ai un ami qui s'est fait facturer un montant de 922 \$ par Voxtel suite à des appels effectués à un numéro 1-900 par ses enfants âgés entre 8 et 11. Il s'agit à la base du site Blablaland (qui vise directement les enfants en très bas âge) incitant les enfants à appeler à ce numéro pour avoir de la monnaie virtuelle. Les appels coûtent 5 \$ chaque et il est possible d'en placer 2/minute donc imaginez la vitesse à laquelle augmente le compte de téléphone! Et pas trop trop gratuit le site pour enfants. C'est d'abord Allopass (compagnie française) qui offre ce mode de paiement à l'exploitant du site et c'est d'ailleurs sous ce nom qu'apparaissent les frais. Voxtel est la compagnie québécoise qui se charge de facturer la compagnie de téléphone de l'abonné qui elle facture son abonné.

Ah oui, j'oubliais! Sur le site de Blablaland, il est aussi possible de participer à des loteries pour gagner de la monnaie virtuelle! Tout un jeu d'enfant! [VOXCONSO]

Il est important de noter que même si le parent sera en fin de compte responsable de la facture (puisque les frais 900 seront facturés à même le compte de téléphonie locale du domicile familial à partir duquel l'appel au numéro 1-900 aura été placé), c'est bel et bien l'enfant qui contracte directement avec le site Web en question puisque c'est l'enfant qui, en fin de compte, accepte seul l'offre du site.

Le fait que ce soit l'enfant qui contracte avec ces sites pose d'importantes questions, d'une part parce que, en contractant, l'enfant engage la responsabilité (celle du paiement de la facture) d'un tiers, soit l'abonné du service téléphonique, d'autre part parce que ces centaines de dollars sont dépensées par l'enfant en vue d'acquérir des biens... qui n'existent pas. Si le titulaire de l'autorité parentale a bel et bien la responsabilité des actes de son enfant mineur, cette responsabilité peut-elle être invoquée même dans les cas où l'enfant, qui n'est pas toujours suffisamment âgé pour comprendre qu'il engage des frais importants pour acheter du vent, se fait jusqu'à un certain point piéger par le biais de techniques de marketing douteuses?

Heureusement, il existe des mécanismes légaux pour obtenir l'annulation des frais engagés lors d'appels à des services 1-900, comme nous l'expliquons plus loin dans ce rapport. Ces mécanismes un rien approximatifs (qui encadrent tous les services 1-900 et non spécifiquement leur utilisation par des mineurs) n'affectent pourtant en rien la problématique de ce type de contrats conclus avec des mineurs.

2.4.4 Abonnement par concours à un service de messagerie texte payant

Comme nous l'avons noté plus haut, les téléphones cellulaires sont maintenant légion parmi les enfants et adolescents. Une des fonctions associées aux téléphones cellulaires qui compte parmi les plus populaires chez les jeunes est l'envoi et la réception de messages textes, également connus sous leur appellation technique « SMS » (pour « *Short Message Service* »).

⁵⁰ LYNCH, Cynthia, « Publicité internet pour enfants », Vox Conso, Magazine Protégez-vous, Montréal, Canada [En ligne], <http://www.voxconso.ca/publicite-internet-pour-enfants.html> (consulté le 7 juin 2011).

La technologie SMS permet l'abonnement à des services dits SMS Premium, soit des services qui sont facturés par le fournisseur à même la facture de service téléphonique et qui permettent à l'abonné de recevoir par messagerie texte différents types de messages, qui peuvent porter sur l'évolution d'un portefeuille d'actions, sur les informations, sur la météo, ou encore qui offrent des horoscopes, des blagues, des jeux-questionnaires simplistes ou des potins. Moyennant bien entendu des frais pour chaque message texte expédié, soit plusieurs fois par semaine, voire par jour, frais qui peuvent s'élever jusqu'à 5 \$ par message.

Cette fonction du système SMS utilisée par les « fournisseurs de service à valeur ajoutée » attire toutefois l'attention par le peu de valeur du contenu qu'elle offre, par le prix élevé de ces SMS ainsi expédiés ainsi que par les pratiques douteuses utilisées par certains de ces fournisseurs de contenu pour amener les jeunes à contracter avec eux. Parmi les stratagèmes employés : le test d'intelligence – pour recevoir les résultats d'un test complété en ligne, (un test qui ne s'adresse pas, de toute évidence, aux candidats à Mensa), vous n'avez qu'à inscrire votre numéro de cellulaire : un message texte vous sera expédié. Autre stratagème : le concours. La participation en ligne au concours est bien entendu gratuite – vous pourriez gagner un bien fortement en vogue, tel un iPad. Pour remplir le formulaire de participation, il suffit d'indiquer son numéro de téléphone cellulaire.

L'internaute qui aura ainsi fourni son numéro de téléphone cellulaire se retrouvera abonné à un service de messagerie texte dit Premium, et commencera, à sa grande surprise, à recevoir un lot de SMS pour lequel, à sa plus grande surprise encore, on lui imputera des frais considérables. Pour éviter ces surprises, l'internaute aurait été bien avisé de lire les petits caractères qui indiquaient que la participation au concours gratuit ou la demande des résultats du test gratuit constituaient en fait une demande d'abonnement à ces services facturés. Les entreprises qui offrent ces services jurent bien qu'il est impossible de s'abonner ainsi sans avoir au préalable été clairement avisé (par le biais des petits caractères en question) de toutes les conditions. Les médias rapportent pourtant plusieurs cas de consommateurs qui se seraient fait facturer une participation à de tels concours et qui assurent n'avoir jamais été amenés vers quelque page où seraient apparues, aussi petites soient-elles, lesdites conditions⁵¹.

Les enfants et les adolescents qui possèdent un téléphone cellulaire sont particulièrement vulnérables à ce type de pratiques : les biens offerts dans le cadre de ces concours, par exemple, les ciblent tout spécialement. En outre, les mineurs sont plus susceptibles de tomber dans le piège que représentent ces pseudo-concours, n'ayant pas toujours l'expérience nécessaire pour comprendre que la chose paraît trop belle pour être vraie.

Dans un rapport de recherche sur les jeunes et l'Internet, Union des consommateurs constatait en effet que les jeunes sont parfois peu soucieux de préserver leurs renseignements personnels dans le cadre d'un concours en ligne :

Les jeunes ont tendance à donner les informations demandées lorsqu'il y a possibilité de gains (ex. lorsque la collecte d'information est liée à la participation à un concours) et à ignorer les demandes lorsque rien n'est offert en retour⁵².

⁵¹ CHARRON, François. « Concours par SMS ou Textos sur Facebook et Internet: Attention! », blog de l'auteur, Montréal. [En ligne], <http://www.francoischarron.com/concours-par-sms-ou-textos-sur-facebook-et-internet-attention/-/x3GibBNi8E/menu/> (consulté le 6 janvier 2011).

⁵² UNION DES CONSOMMATEURS. *Les jeunes sur l'internet : étude sur les problématiques commerciales posées par le Web*, 2005, site web de l'organisme, Montréal, Canada. [En ligne],

Il est pour le moins intéressant de noter comment le côté ludique d'Internet (et de certaines fonctions des téléphones cellulaires) a été récupéré par les entreprises qui proposent par ce biais de nouveaux modes de paiement de plus en plus dématérialisés et qui ressemblent de moins en moins à un paiement. Le fait d'indiquer sur un site internet un numéro de portable ne ressemble effectivement en rien à un paiement qui serait fait, par exemple, par le biais d'une carte de crédit, à travers un processus qui préciserait le montant de la transaction et demanderait une confirmation de paiement. Il serait certes intéressant de pousser plus à fond cette réflexion et d'étudier les effets de ces nouvelles approches, mais tel n'est pas l'objet de la présente étude.

2.4.5 iTunes et autres boutiques de divertissement en ligne

Le 25 avril 2009, Stéphanie Grammond, journaliste à La Presse, rapportait l'histoire d'un adolescent qui avait engagé pour 2207 \$ d'achats sur iTunes⁵³. Voyons les détails de cette histoire tout à fait surprenante, tels que rapportés par Mme Grammond :

Sylvain, par exemple, a eu une très mauvaise surprise. Sa fille a l'habitude de télécharger de la musique à partir du site web d'Apple, iTunes. Elle utilise normalement des cartes prépayées. Au début de février, toutefois, elle lui a demandé sa carte de crédit afin d'acheter un jeu pour son iPod Touch (ces logiciels ne peuvent être achetés avec une carte prépayée). Sylvain a accepté. Sur l'ordinateur, il a entré les informations de sa carte de crédit et a réglé l'achat de 9,99 \$.

« Au début mars, j'ai presque fait un infarctus en voyant le solde de ma carte », raconte Sylvain. Sur son relevé de compte figurait une ribambelle d'achats de chansons au magasin iTunes, pour un total de 2207 \$.

Sa fille, atterrée, lui a expliqué la méprise : comme elle avait réussi à télécharger de la musique au-delà de la limite de sa carte prépayée, elle a cru qu'elle pouvait l'obtenir gratuitement. Une réaction très naïve, il faut bien le dire. Elle en a donc profité pour télécharger autant de chansons que possible sur son iPod.

Sylvain a déduit qu'Apple avait conservé les informations de sa carte de crédit et a continué de débiter son compte... à son insu. Il a appelé immédiatement l'émetteur de sa carte de crédit afin de dénoncer cette pratique. Mais on lui a répondu que pour renverser les transactions, il devait porter plainte pour fraude contre sa propre fille!

Il s'est rabattu sur Apple. Un responsable du magasin iTunes lui a expliqué gentiment la politique du magasin : les ventes sont non remboursables. « Mais je peux très bien comprendre à quel point la situation est démoralisante pour vous », lui a-t-il écrit. Faisant une entorse à la règle, il a accordé à notre correspondant un remboursement partiel de 607 \$, soit plus du quart de la facture.

http://www.consommateur.qc.ca/union-des-consommateurs/docu/protec_conso/07-internetj-bf.pdf (consulté le 4 juin 2011).

⁵³ GRAMMOND, Stéphanie, Son ado flambe 2207 \$ sur iTunes à son insu, La Presse, section Affaires, Montréal, 26 avril 2009. [En ligne] <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/finances-personnelles/bons-comptes/200904/26/01-850429-son-ado-flambe-2207-sur-itunes-a-son-insu.php> (consulté le 14 juin 2011).

[...]

Sylvain jure que s'il avait compris la portée des conditions d'achat de iTunes, jamais il n'aurait donné son numéro de carte de crédit.

Pour obtenir davantage, Sylvain devra tenter sa chance aux petites créances. La cause n'est pas gagnée, « mais c'est jouable », avance Vincent Gautrais, titulaire de la chaire de l'Université de Montréal en droit de la sécurité et des affaires électroniques. Selon les nouvelles règles sur les contrats à distance de la Loi sur la protection du consommateur, le commerçant doit présenter l'information de manière claire et évidente.

2.4.6 Les cartes de crédit prépayées

Depuis quelque temps, les sociétés Visa et Mastercard ont mis sur le marché des cartes prépayées ayant toutes les propriétés d'une carte de crédit traditionnelle : elles sont acceptées pratiquement partout, permettent l'achat en ligne et procurent à leurs détenteurs certains avantages (dont la responsabilité zéro en cas de fraude) et affichent même l'apparence des cartes de crédit traditionnelles⁵⁴.

Ces cartes sont d'ailleurs extrêmement faciles d'accès, étant notamment vendues sous forme de carte-cadeau dans la plupart des grandes chaînes de pharmacies. Une fois payées et activées, ces cartes peuvent être utilisées sans autre formalité par le détenteur.

Si l'on fait abstraction des différentes interrogations que peuvent soulever les frais engendrés par l'utilisation de telles cartes, elles ne constituent pas, à première vue, un mode de paiement plus condamnable qu'un autre.

La question se pose peut-être de manière différente en ce qui concerne les enfants et les adolescents. Le problème soulevé par plusieurs repose sur le fait que, historiquement, les cartes de crédit ont eu pour fonction, outre d'assurer le paiement, de permettre la vérification de l'identité et de l'âge de l'acheteur lors d'achats en ligne. Ce fait se comprend aisément étant donné que, sauf en de rares exceptions, seul un adulte pourra, au Canada, être titulaire d'une carte de crédit.

Les fonctionnalités associées aux cartes-cadeau Visa ou Mastercard offrent maintenant au mineur, comme à tout détenteur, la possibilité de se procurer des biens ou des services normalement réservés aux adultes, le commerce en ligne empêchant le commerçant d'estimer visuellement l'âge du client et qu'il est pris généralement pour acquis que seul un adulte peut détenir une carte de crédit. On remarquera d'ailleurs en ligne que le commerçant se dégage souvent de son obligation de vérifier l'âge du consommateur en demandant à l'internaute d'indiquer s'il est majeur ou de déclarer qu'il l'est.

⁵⁴ Voir au sujet de ces cartes : LA FACTURE. « Les cartes-cadeaux », [Émission télé], reportage diffusé le 8 septembre 2009 sur les ondes de Radio-Canada, [En ligne] http://www.radio-canada.ca/emissions/la_facture/2009-2010/Reportage.asp?idDoc=87148 (consulté le 2 juin 2011). KRUGEL, Lauren. « Les cartes prépayées favoriseraient l'indépendance financière des jeunes », [En ligne], Cyberpresse, <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/services-financiers/201101/23/01-4362887-les-cartes-prepayees-favoriseraient-lindependance-financiere-des-jeunes.php> (consulté le 2 juin 2011).

Certains commerçants exigent toutefois qu'une identité soit associée à la carte avant de procéder à la transaction. Rien n'empêche toutefois le mineur de contourner cette formalité en indiquant, tout simplement de faux renseignements dans le formulaire d'enregistrement d'identité proposé par l'émetteur de la carte.

Comme il s'agit d'un simple moyen de paiement, rien n'interdit la vente de cartes prépayées Visa ou Mastercard à des mineurs. Plusieurs parents s'inquiètent pourtant de l'utilisation que leurs enfants pourraient faire, à leur insu, d'une telle carte. Certains craignent par exemple que ces cartes permettent à des adolescents, ou même des enfants, de s'adonner à des jeux de hasard sur Internet.

Ces cartes prépayées à l'effigie de Mastercard ou Visa soulèvent également des critiques quant à la possibilité qu'elles valorisent auprès des mineurs l'utilisation des cartes de crédit, dans le but de les amener à se procurer une véritable carte de crédit lorsqu'ils seront majeurs.

Du côté anglais du Canada, les critiques ne sont pas tendres envers la carte de crédit prépayée :

Among the more insidious ways lenders have devised to get consumers to spend more is the prepaid credit card.

[...]

Youth marketing expert Max Valiquette, president of Toronto's Youthography, says prepaid credit cards are "pseudo credit cards" that are priming kids to make the jump to real credit cards. However, he defends their use in some situations. Many teens want to purchase items like concert tickets online and can't do so with debit cards, he says. They can download music from services like Apple's iTunes, but must use real credit cards. Valiquette thinks prepaid cards are safer in these situations than real credit cards.

Credit Canada executive director Laurie Campbell says anything promoting credit card-like products to teens is potentially dangerous. "In Canada, we have such a lack of education on the wise use of credit that even though these cards are prepaid, it is assuredly an avenue into the world of regular credit cards once they come of age⁵⁵."

MasterCard en association avec la chaîne de télévision Much Music, offre aux jeunes Canadiens de moins de 13 ans la possibilité de se procurer une carte de paiement prépayée portant la mention « MasterCard ». Il convient de citer assez longuement l'éditorial qui suit étant donné qu'il témoigne bien des craintes que l'émission de telles cartes suscite chez bon nombre de parents :

MasterCard joue décidément avec les mots avec ce nouveau produit offert aux adolescents canadiens. La carte est destinée aux 16 ans et plus, mais il est possible de se la procurer à partir de 13 ans, avec une permission parentale.

⁵⁵ CHEVREAU, Jonathan, Prepaid Credit Cards May Be Too Handy - Convenience Always Comes At A Price, The Financial Post, Toronto, 6 juillet 2008. [En ligne] <http://www.creditcanada.com/inthenews/articles/2011/1/Prepaid-Credit-Cards-May-Be-Too-Handy---Convenience-Always-Comes-At-A-Price> (consulté le 19 juin 2011).

MasterCard s'empresse de préciser qu'il ne s'agit pas véritablement d'une carte de crédit, mais plutôt d'une carte prépayée (il faut avoir mis de l'argent dans la carte avant de pouvoir s'en servir). Par contre, le principe d'utilisation est très semblable.

Pour garantir un maximum de succès à cette carte, le géant du crédit s'est associé à MuchMusic, l'équivalent de MusiquePlus au Canada anglais. Cette entreprise fait la promotion de la carte sur son site Web et en ondes avec deux publicités (l'une destinée aux jeunes et l'autre aux parents). En fait, tout se passe sur MuchMusic.com : demande de carte, vérification de l'état du compte, etc..

MasterCard et MuchMusic se défendent bien de vouloir initier les adolescents au crédit. Ils expliquent la mise en place de la carte par l'intérêt grandissant des jeunes pour les achats en ligne (surtout de la musique), qui nécessitent généralement un numéro de carte de crédit.

Pour éviter que les jeunes ne demandent la permission à leurs parents chaque fois qu'ils font un achat sur Internet, on leur offre donc une carte qu'ils pourront utiliser eux-mêmes. En ce sens, le slogan de la campagne de publicité de la carte veut tout dire : « it's time to free yourself » (en français, affranchissez-vous). [...]

Les deux entreprises soutiennent que cette carte prépayée doit être considérée par les parents comme un outil d'éducation à l'économie et qu'elle encourage les jeunes à faire des choix éclairés. Il est permis de se demander de quelle façon le fait de placer une carte de crédit dans les mains des jeunes peut les responsabiliser en matière de finance. N'oublions pas que bon nombre d'entre eux voient déjà leurs parents surendettés, utilisant régulièrement leurs multiples cartes de crédit sans payer la totalité de leur solde à la fin du mois... [...]

De plus, il est vrai que la carte offre la possibilité de faire des achats en ligne, mais, encore une fois, un certain accompagnement parental est nécessaire pour éviter que les jeunes se retrouvent à faire des achats sur des sites non sécurisés. Bref, sans un encadrement serré, un tel outil peut vite devenir source de débordement.

Il est évident que MasterCard, en lançant cette carte, voit une manne de jeunes consommateurs qui, une fois majeurs, obtiendront une « vraie » carte de crédit ou même plusieurs. Mais, cette fois, le principe ne sera plus tout à fait le même. L'argent n'aura pas été placé dans la carte au préalable, il faudra l'avoir en poche lorsque le relevé de compte arrivera par la poste. Les jeunes auront-ils été sensibilisés à la différence?⁵⁶

2.4.8 Le respect des volontés parentales

Lorsque les médias traitent des problèmes que vivent les mineurs en tant que consommateurs, c'est la plupart du temps sous l'angle du rôle essentiel que doivent jouer les parents dans la supervision des actes de leurs enfants.

⁵⁶ RIOUX, Martine, Une fausse carte de crédit pour les jeunes, Infobourg, l'agence de pub pédagogique, Québec, 2 mai 2007. [En ligne] <http://archives.infobourg.com/sections/editorial/editorial.php?id=11767> (consulté le 17 juin 2011).

La supervision parentale des actes de consommation accomplis par leurs enfants est une question qui comporte plusieurs dimensions. Tout d'abord, comme nous l'avons expliqué plus haut, le mineur possède une discrétion quant à l'utilisation de ses ressources financières personnelles qui est sans commune mesure avec les normes qui prévalaient il y a quelques décennies.

Il devient ainsi difficile pour les parents, lorsqu'il s'agit de ces dépenses discrétionnaires, d'exercer leur autorité parentale auprès de leurs enfants. Cette difficulté est bien sûr exacerbée lorsque les mineurs détiennent un emploi, ainsi que l'avance une étude américaine sur la question :

[I]t is plausible to presume that teenage employment fosters greater independence than parents are comfortable with, increasing discords in the family; interferes with parental surveillance, particularly when teen work hours are long; and gives rise to parental attempts to control teen spending (whether such attempts are successful remains to be seen). Clearly, the evidence suggests that teenagers' work may have important implications for the family that deserve scrutiny in future studies⁵⁷.

Nous nous attarderons donc à décrire brièvement certaines de ces problématiques, tout en émettant les réserves nécessaires relativement à leur lien avec notre problématique de recherche. Notre constat est que l'aspect psychosocial de ces problématiques tend à l'emporter sur leur rattachement aux enjeux traditionnellement identifiés comme relevant de la défense des droits des consommateurs.

a) Le contrôle du volume de certaines dépenses

Il va de soi qu'un des premiers aspects que voudront contrôler les parents relativement aux actes de consommation de leur enfant mineur est le nombre et le prix de leurs achats. La notion d'autorité parentale implique qu'il est légitime pour un parent de chercher à contrôler jusqu'à un certain point les dépenses effectuées par son enfant, ne serait-ce que pour éviter qu'il dilapide des sommes importantes pour se procurer des biens ou des services dont il n'a pas réellement besoin ou qui constituent des achats déraisonnables, voire dangereux.

Des chercheurs ont constaté que les parents qui ont un niveau d'éducation élevé ont davantage tendance à encadrer de façon plus serrée les actes de consommation de leurs enfants, avançant comme éléments d'explication une plus grande sensibilisation de ces parents au caractère parfois trompeur de la publicité et aux dangers de la consommation excessive⁵⁸.

b) Le contrôle de certains types de dépenses

Le contrôle parental peut également viser la limitation, ou carrément l'interdiction, de l'achat de certains biens et services pour une question de prix ou en raison de ce qu'ils perçoivent comme favorisant le bien-être physique et mental de leur enfant. Certains parents jugeront ainsi souhaitable d'interdire à leur enfant d'acheter des jeux vidéo violents, de voir certains types de film, de consommer des boissons énergisantes, de fréquenter un salon de bronzage, etc.

⁵⁷ MANNING, Wendy D. « Parenting Employed Teenagers », *Youth Society*, Vol. 22, 1990, p. 196, DOI: 10.1177/0044118X90022002004.

⁵⁸ AHAVA, Anna-Maija et PALOJOKI, Päivi. *Adolescent consumers: reaching them, border crossings and pedagogical challenges*, *International Journal of Consumer Studies*, 28, 4, September 2004, p. 371–378.

Ces interdictions peuvent s'appuyer sur divers motifs, que ce soit sur leur propre expérience de vie, sur les conseils de parents et d'amis ou sur des résultats d'études scientifiques qui ont été portées à leur connaissance par le biais, notamment, d'articles de vulgarisation.

Le cas des salons de bronzage mérite d'être étayé. Actuellement, on estime que 30 % des jeunes de moins de 18 ans fréquentent les studios de bronzage artificiel. Plusieurs, dont l'Association canadienne de dermatologie et la Société canadienne du cancer, ont fait part de leur inquiétude quant à la capacité des mineurs de bien évaluer les avantages que procure le bronzage artificiel au regard de ses effets sur leur santé⁵⁹. La question aurait soulevé suffisamment d'inquiétude pour que le gouvernement québécois soulève la possibilité de l'adoption d'une loi qui aurait pour effet d'interdire aux mineurs l'accès aux salons de bronzage.

Cela nous amène à parler des interdictions imposées par la loi. Pour des motifs qui se rapprochent apparemment de ceux sur lesquels s'appuie en principe l'autorité parentale pour formuler certaines interdictions, le législateur est intervenu en plusieurs domaines pour interdire aux mineurs l'accès à certains produits de consommation qui sont d'autre part légaux : par exemple, l'alcool⁶⁰, le tabac⁶¹, les loteries⁶².

⁵⁹ ROY, Johanne. « Salons de bronzage interdits aux moins de 18 ans : Une loi cet automne? », *Journal de Québec*, [En ligne], <http://www.canoe.com/cgi-bin/imprimer.cgi?id=933376> (consulté le 2 juin 2011).

⁶⁰ Art. 103.1 et suiv., *Loi sur les infractions en matière de boissons alcooliques*, LRQ, c. I-8.1.

⁶¹ Art. 13, *Loi sur le tabac*, LRQ, c. T-0.01

⁶² Art. 25.1, *Loi sur la Société des loteries du Québec*, L.R.Q., c. S-13.

3. CADRE JURIDIQUE QUÉBÉCOIS

3.1 Les règles régissant la capacité de contracter des mineurs

3.1.1 La majorité

En droit québécois, l'âge de la majorité est fixé à dix-huit ans (art. 153 C.c.Q.) depuis 1971⁶³. Cela signifie que la personne « jusqu'alors mineure, devient capable d'exercer pleinement tous ses droits civils⁶⁴ ».

Concrètement, l'expression « exercer pleinement tous ses droits civils » veut dire qu'une personne majeure possède, en principe, toute la capacité requise pour conclure des contrats ou prendre toute autre décision concernant sa personne.

Aux fins de notre étude, nous nous attarderons à la majorité au sens du droit civil, exclusivement, dans la mesure où elle accorde la pleine capacité d'être partie à des actes juridiques. Bien entendu, il existe d'autres types de droits et de responsabilités qui apparaissent au fur et à mesure que le mineur gagne en âge, qui sont assimilables à une certaine forme de majorité, mais relativement circonscrite (droit de consentir aux soins de santé ou à conduire un véhicule automobile, par exemple). D'autres peuvent même aussi porter le nom de « majorité », mais se référer à un tout autre concept (majorité matrimoniale (âge minimal pour se marier) et majorité sexuelle, par exemple). Il faut aussi retenir qu'il n'y a pas nécessairement de lien avec le droit de vote qui est une question distincte liée aux droits politiques, celui de se procurer de l'alcool, des produits du tabac, etc., malgré le fait que l'âge auquel ces droits sont acquis est aussi celui de la majorité.

Au sujet de la majorité, Deleury et Goubau remarquent :

Les personnes deviennent pleinement capables d'exercer tous les droits civils lorsqu'elles deviennent majeures. La loi fixe l'âge de la majorité à 18 ans. Cette ligne de démarcation entre minorité et majorité implique que, du jour au lendemain, le mineur perd le bénéfice des mécanismes de protection de la loi. Comme toute limite d'âge, celle-ci est arbitraire. Le législateur estime que l'on devient adulte à 18 ans. C'est aussi l'âge auquel l'enfant « échappe » à l'autorité de ses parents. Il y a donc une présomption absolue de maturité dès cet instant... Pourtant, comme le soulignait Louis-Philippe Pigeon, « personne ne peut mesurer avec précision la différence de maturité intellectuelle qui se produit au jour le jour chez le citoyen qui approche l'âge de la majorité ». La sécurité juridique et le principe de non-discrimination exigent évidemment que cette limite d'âge soit la même pour tout le monde⁶⁵.

⁶³ L.Q. 1971, c. 85., tel qu'évoqué par DELEURY, Édith et Dominique GOUBAU. *Le droit des personnes physiques*, Cowansville, Yvon Blais, 4^e édition, 2008, paragr. 471.

⁶⁴ Art. 153 C.c.Q.

⁶⁵ *Op. Cit.*, Note 83, paragr. 470.

Le ministre de la Justice, dans ses Commentaires officiels au projet de Code civil du Québec, résume pourquoi le législateur a cru utile d'accorder aux mineurs une protection particulière :

Il a semblé difficile d'attribuer aux mineurs la pleine capacité. Une telle proposition n'a pas semblé réaliste, d'autant plus qu'elle ne répond pas aux lois de la nature. En effet, l'être humain est ainsi fait qu'il acquiert graduellement science, jugement, maturité et sagesse⁶⁶.

En effet, on imaginerait mal qu'un enfant de 12 ans, ayant hérité d'une importante somme d'argent, puisse conclure, sans l'approbation et le concours de ses parents, un contrat avec une institution financière pour placer son héritage en bourse... (ou, tant qu'à y être, pour le céder ou le dépenser en bloc, etc.).

Avant la majorité, c'est aux tuteurs légaux d'un mineur que revient la responsabilité de conclure des contrats en son nom, lorsque cela est nécessaire⁶⁷. C'est le sens qu'il faut donner à l'article 158 C.c.Q. qui dispose que « [h]ors les cas où il peut agir seul, le mineur est représenté par son tuteur pour l'exercice de ses droits civils ».

La capacité juridique du mineur à contracter seul pour se procurer des biens et des services est donc limitée. Comme l'indique l'art. 155 C.c.Q., « [l]e mineur exerce ses droits civils dans la seule mesure prévue par la loi ».

Cela dit, le législateur ne nie pas pour autant toute sphère d'autonomie au mineur. Si la lecture combinée de ces deux articles indique que les seuls droits civils que peut exercer le mineur « agissant seul » sont ceux qui sont prévus par la loi et dans la seule mesure qui y est prévue, il n'est pas toujours si aisé de déterminer quelle est l'ampleur de cette sphère d'autonomie.

3.1.2 Quelques remarques préliminaires quant à notre analyse du droit québécois

Malgré que la pleine capacité d'exercer ses droits civils ne s'acquiert, comme nous l'avons vu, qu'avec la majorité, le Code civil prévoit comme règle générale que : « *Le mineur peut, compte tenu de son âge et de son discernement, contracter seul pour satisfaire ses besoins ordinaires et usuels.* » (157 C.c.Q.).

On sait que les mineurs, en particulier les adolescents, se procurent toutes sortes de biens et de services : ils sont des acheteurs de musique, de vêtements, de repas au restaurant, de billets de spectacles, d'articles de sports (parfois très coûteux), etc. Plusieurs ont un emploi ou se transforment même parfois en petits entrepreneurs saisonniers. On sait aussi que, dans les faits, les mineurs sont indéniablement des consommateurs actifs et que les entreprises veillent à ce que ce rôle prenne toujours plus d'ampleur. La quantité d'études marketing et de publicités qui s'intéressent aux enfants et aux adolescents témoignent de cette réalité.

⁶⁶ MINISTÈRE DE LA JUSTICE DU QUÉBEC, *Code civil du Québec : Textes, sources et commentaires*, Livre I, Québec, 1992, p. 93, cité par *Op. Cit.*, Note 83, paragr. 473.

⁶⁷ La tutelle étant le plus généralement exercée par les parents conjointement, nous utiliserons de façon interchangeable les mots « tuteur » et « parent » (art. 192 C.c.Q.).

Est-ce ce rôle actif de consommateur que permet en réalité cette disposition du Code civil? Les paragraphes qui suivent présentent les principales dispositions de la loi qui accordent au mineur une certaine sphère d'autonomie en matière contractuelle et tentent d'en délimiter la portée.

a) L'émancipation (et autres pouvoirs du mineur non liés à l'objet de la présente étude)

Sauf mention contraire, les règles juridiques que nous présentons concernent le mineur non émancipé.

Nous nous attarderons peu au cas du mineur pleinement ou simplement émancipé, qui constitue une sorte de cas limite peu souvent rencontré dans le contexte de notre étude (qui s'intéresse surtout au mineur comme consommateur de biens et de services)⁶⁸. À cet égard, notons que, dès 1975, l'ORCC (Office de révision du Code civil) avait proposé l'abolition pure et simple, aux fins du nouveau Code, de la notion d'émancipation⁶⁹.

Dans la section du Code civil consacrée à l'émancipation (articles 167 à 176 C.c.Q.), le législateur a tout de même retenu le principe, les modes d'accès à l'émancipation et ses effets :

« 170. L'émancipation ne met pas fin à la minorité et ne confère pas tous les droits résultant de la majorité, mais elle libère le mineur de l'obligation d'être représenté pour l'exercice de ses droits civils. »

Outre ceux qui découlent de l'émancipation, certains autres pouvoirs sont reconnus par la loi aux mineurs, tels que la capacité à consentir à des soins dès l'âge de quatorze ans⁷⁰; nous ne nous attarderons pas particulièrement à ces situations, qui dépassent le cadre de notre étude.

b) Le détail des règles d'administration de la tutelle au mineur

Comme notre étude porte sur la capacité de contracter des mineurs, il n'est pas non plus de notre propos de décrire et d'analyser l'ensemble des règles de la tutelle au mineur qui concernent, plus particulièrement, la manière dont le tuteur doit s'acquitter de ses obligations envers le mineur et des autorisations du conseil de tutelle ou du tribunal que le tuteur doit obtenir en certaines circonstances⁷¹.

⁶⁸ Art. 167 et suiv. C.c.Q.

⁶⁹ OFFICE DE RÉVISION DU CODE CIVIL, *Rapport sur la famille*, deuxième partie, Comité du droit des personnes et de la famille, Montréal, 1975, p. 72.

⁷⁰ Art. 14 et suiv. C.c.Q.⁷¹ Voir par exemple l'art. 213 C.c.Q.⁷² Art. 1457 C.c.Q.; Lire à ce propos les décisions *Ginn c. Sisson*, 1969 C.S. 585; *Boileau c. Lacroix et autres*, 1983 C.S. 1200; *Jean c. Ranch de l'Arabe*, [1998] R.J.Q. 568 (C.S.), telles que citées par PROVOST, Mario. « La minorité, la tutelle et l'émancipation » dans SÉNÉCAL, Jean-Pierre. *Droit de la famille québécois*, Farnham (Québec), CCH/FM, [CCH en ligne], 2010, paragr. 51-085.⁷³ Ces aspects ne seront pas non plus, pour les mêmes motifs, étudiés lors de notre examen du droit canadien ou du droit étranger.⁷⁴ LLUELLES, Didier et Benoît MOORE. *Droit des obligations*, Montréal, Thémis, 2006, p. 468.

c) La responsabilité extracontractuelle du mineur

Dans le contexte du droit de la consommation, la question de la responsabilité extracontractuelle du mineur⁷², aussi intéressante qu'elle soit par ailleurs, ne se pose pas. C'est pourquoi notre analyse ne s'attardera pas non plus à cette question⁷³.

d) Le sens de l'expression « capacité de contracter »

Avant d'aborder notre étude des contours de la capacité juridique des mineurs, apportons immédiatement une précision qui, soit dit en passant, n'est pas exclusive au droit québécois : quand il est question de « capacité à contracter », encore faut-il s'entendre sur ce qu'est un contrat. Dans l'esprit de bien des gens, la conclusion d'un contrat implique, par définition, la signature par les parties d'un document, qui est lui-même le contrat. Or, en droit, l'exigence de l'écrit est plutôt l'exception que la règle générale : rien n'empêche en principe qu'un contrat soit conclu verbalement entre deux personnes, sans autres formalités que l'échange d'un consentement à être juridiquement liées (art. 1385 C.c.Q.). Le contrat consiste donc en la rencontre de ces consentements, et non à l'instrument qui l'officialise. Sous réserve des rares exceptions où une forme obligée constituera le seul mode valable, dès que l'accord réciproque est exprimé, il y a contrat, peu importe la forme que prendra cette expression.

En fait, la quasi-totalité de nos actes de consommation, même si elle concerne des biens ou des services de peu de valeur, relève généralement du domaine contractuel. L'achat d'un paquet de gomme, d'un titre de transport, d'une place au cinéma, c'est la conclusion d'un contrat de vente verbal, en vertu duquel les cocontractants s'engagent réciproquement, les obligations variant évidemment selon le type de contrat, et ce, pour les deux parties : de la simple fourniture d'un bien contre paiement à la fourniture d'un siège dans une salle dans laquelle aura lieu une projection dans des conditions idéales contre paiement et engagement de ne pas déranger les autres spectateurs, de ne pas enregistrer, etc.

Il faut donc se garder d'examiner la capacité de contracter des mineurs en considérant uniquement l'archétype populaire du contrat, soit une entente où des sommes importantes sont généralement en jeu et qui constatée par un écrit signé. S'il n'y a pas de « sot métier », il n'y a pas davantage de « sot contrat ».

3.1.3 La faculté de discernement

Il y a deux types de dispositions du *Code civil du Québec* qui régissent la capacité des mineurs à conclure des contrats :

- les dispositions d'application générale, c'est-à-dire qui concernent tant les mineurs que les adultes, relatives au consentement en matière contractuelle (art. 1385 ainsi que 1398 et suiv. C.c.Q.);
- les dispositions qui établissent un régime propre aux mineurs (art. 155 et suiv. C.c.Q.).

Le consentement est à la base de tout contrat (art. 1385 C.c.Q.). Pour qu'il y ait contrat, l'échange de consentement doit avoir lieu entre des personnes capables de contracter. Et le consentement doit être valide.

Or, pour donner un consentement valide, il faut notamment être *apte à s'obliger*, c'est-à-dire avoir la capacité intellectuelle de comprendre minimalement les tenants et aboutissants du contrat visé (art. 1398 C.c.Q.). C'est ce que la doctrine appelle la faculté de discernement (ou « capacité naturelle »)⁷⁴.

En cette matière, il y a évidemment un fossé entre la faculté de discernement d'un adolescent de 17 ans et celle d'un enfant de 5 ans. Les auteurs s'entendent pour considérer que l'enfant acquiert la faculté de discernement vers l'âge de 7 ans, le stade de développement exact étant évidemment susceptible de varier d'un enfant à l'autre⁷⁵. En effet, il ne faut jamais perdre de vue que la faculté de discernement est notion à géométrie variable, toujours liée à l'état psychologique de la personne comme l'expliquent Deleury et Goubau :

On le constate, la notion de discernement est élastique; elle dépend non seulement de la maturité de chaque enfant concerné, mais également du contexte (contractuel, procédural, délictuel, etc.) dans lequel il faut l'appliquer. La notion de discernement est floue et par conséquent les tribunaux jouissent d'un large pouvoir pour apprécier dans chaque cas si un enfant est ou non doué de discernement⁷⁶.

Tant que l'enfant ne possède pas la faculté de discernement, il n'est pas nécessaire de recourir aux règles particulières qui encadrent la capacité de contracter des mineurs, les règles portant sur la formation même du contrat permettant déjà de déterminer la validité d'une entente. Comme l'explique un auteur, avant l'acquisition de la faculté de discernement, « *tous les actes juridiques posés par le mineur lui-même sont nuls, non pour cause de minorité, mais plutôt pour défaut de consentement⁷⁷* ».

Après l'âge d'environ 7 ans, le mineur sera doté de la faculté de discernement et pourra être partie à des contrats, à l'intérieur de la sphère d'autonomie que lui reconnaît la loi.

3.1.4 Les besoins ordinaires et usuels

L'article 157 C.c.Q. prévoit que « *[l]e mineur peut, compte tenu de son âge et de son discernement, contracter seul pour satisfaire ses besoins ordinaires et usuels.* »

Cet article adopté en 1991 représente, en quelque sorte, un compromis historique entre, d'une part, le principe voulant que le mineur soit incapable de contracter (anciennement prévu à l'article 986 du *Code civil du Bas-Canada*) et, d'autre part, la proposition opposée qu'avait effectué l'Office de révision du Code civil à l'effet que « *[l]e mineur, doué de discernement, est capable de contracter, sous réserve des dispositions expresses de la loi⁷⁸* ».

Cet article est le reflet d'une réalité : les mineurs, dans la société actuelle, consomment effectivement des biens et des services pour satisfaire leurs besoins ordinaires et usuels. La loi serait mal venue de tenter d'empêcher les mineurs de faire de petits achats qui répondent à leurs besoins ou d'invalider de tels actes. Comme l'expliquent Lluellas et Moore :

La loi trouve normal que le mineur n'ait pas à requérir l'intervention de son tuteur chaque fois qu'il a à satisfaire des besoins de la vie courante. Une autre solution manquerait de

⁷⁵ GUAY, Gérard. *La tutelle au mineur*, Montréal, Wilson & Lafleur, 2004, p. 3.⁷⁶ *Op. Cit.*, Note 83, paragr. 480.

⁷⁷ *Op. Cit.*, Note 75.

⁷⁸ OFFICE DE RÉVISION DU CODE CIVIL, *Rapport sur la famille*, deuxième partie, Comité du droit des personnes et de la famille, Montréal, 1975, p. 72.

⁷⁹ *Op. Cit.*, Note 74, pp. 475-476.

souplesse et de réalisme [...] L'intervention du tuteur n'est donc, en ce cas, pas requise, mais à la condition que le mineur puisse réaliser la portée de son acte; ce n'est donc pas tout mineur qui peut agir seul pour la satisfaction de besoins personnels : un certain âge est indispensable. [...] L'article 157, qui est de droit nouveau — et d'application immédiate —, ne précise pas ce qu'il faut entendre par « besoins ordinaires et usuels ». Cette notion évoque vraisemblablement tout ce qui est essentiel à la survie d'une personne : l'alimentation, les vêtements, les études, les soins, la recherche d'un emploi, l'assistance juridique, voire les loisirs s'ils ne sont pas somptuaires. [...] Rien n'empêche d'y inclure le logement, bien que la question fasse l'objet d'une étrange controverse⁷⁹.

On pourra se permettre de douter que les besoins d'assistance juridique doivent être considérés comme faisant partie des besoins usuels du mineur et espérer que les cas où ces services sont essentiels à sa survie demeureront l'exception plutôt que la norme. On pourra aussi discuter, sur la base d'un argument de texte, l'assertion voulant que rien n'empêche d'y inclure le logement. Ces réserves spontanées sur les commentaires d'un expert indiquent déjà à quel point le texte qui doit établir la norme porte à interprétation et maintient un flou qui aura le mérite de permettre une application au cas par cas, mais le défaut, par manque de référents, de ne pas marquer assez précisément les balises des interprétations possibles.

Soulignons que la capacité accordée par l'article 157 C.c.Q. au mineur pour la satisfaction de ses besoins courants ne s'exerce pas par le mineur à l'exclusion de celle de son tuteur : les parents conservent en effet le droit de conclure des contrats au nom de leur enfant, même en ces matières.

3.1.5 « L'émancipation professionnelle »

L'article 156 C.c.Q. énonce que « *[l]e mineur de quatorze ans et plus est réputé majeur pour tous les actes relatifs à son emploi, ou à l'exercice de son art ou de sa profession.* »

Pour l'essentiel, cet article établit que le mineur, s'il a au moins 14 ans, est, en somme, traité comme un majeur quand il contracte relativement à son emploi, à son art ou à sa profession. Il ne pourra donc bénéficier dans ces cas du régime de nullité des contrats qui protège les mineurs, (art. 161 et suiv. C.c.Q.) et ce, même si ces actes lui sont préjudiciables.

La loi, on le sait, tente constamment d'équilibrer des forces et des intérêts contradictoires, veillant autant que faire se peut à accorder des protections supplémentaires aux parties les plus vulnérables. Le législateur a ici choisi de redonner, tout en permettant au mineur d'exercer certaines formes de travail sans que sa capacité soit constamment remise en cause, une certaine sécurité aux transactions conclues avec des mineurs : dans certaines circonstances, le mineur ne pourra se prévaloir des protections qui lui seraient autrement accordées.

Un auteur, en analysant la portée de cette disposition, va même jusqu'à qualifier son effet « d'émancipation professionnelle » :

Cette « émancipation professionnelle » remplace les règles de l'ancien droit concernant les mineurs commerçants ou artisans.

S'il est facile de concevoir ce qu'est un emploi ou un art, il n'en va pas de même de l'expression « exercer une profession », surtout pour un mineur ! Ce ne peut être une profession au sens du Code des professions puisqu'elles sont réservées aux majeurs. Il faut donc prendre le mot « profession » dans un sens plus large, soit celui

« d'occupation déterminée dont on peut tirer ses moyens d'existence », ce qui englobe les métiers, dont celui de commerçant.

Le mineur étant réputé majeur, il pourra s'engager personnellement, vendre, acheter, souscrire des effets de commerce, grever ses biens d'une sûreté et même ester en justice ou réclamer une indemnité, le tout de la même façon qu'un majeur, pour autant que ces activités s'exécutent dans le cadre de son emploi, de son art ou de sa profession⁸⁰.

Dans notre optique, qui s'attarde davantage au mineur en tant que consommateur plutôt que comme travailleur, il est intéressant de noter que le mineur conserve en principe le produit de son travail (art. 220 C.c.Q.). Si les revenus de travail du mineur sont considérables ou si les circonstances le justifient (imaginons le cas d'un enfant-vedette), le tribunal pourra néanmoins fixer les sommes dont le mineur conserve la gestion (art. 220 al. 2 C.c.Q.) afin d'éviter qu'il se retrouve à gérer une somme si élevée que sa gestion impliquerait des opérations ou des décisions qui dépasseraient les capacités du mineur⁸¹.

3.1.6 Les pouvoirs accordés par certaines lois particulières

Même si le *Code civil du Québec* contient les principales dispositions qui régissent la capacité de contracter des mineurs, il importe de mentionner les divers pouvoirs qu'accordent au mineur certaines lois particulières.

À titre d'exemple, le mineur peut :

- ouvrir un compte en banque⁸²;
- souscrire des parts sociales dans des caisses d'épargne et de crédit⁸³;
- contracter un emprunt à titre d'étudiant dans le cadre du programme d'Aide financière aux études⁸⁴;
- devenir membre d'un syndicat professionnel, à partir de seize ans⁸⁵.

3.2 La validité des contrats conclus par des mineurs

3.2.1 La sphère d'autonomie du mineur

Que valent les contrats conclus directement par un mineur, c'est-à-dire sans que ses parents agissent en son nom? Le *Code civil du Québec* comporte trois dispositions qui, lues ensemble, donnent à croire qu'une approche restrictive s'impose :

- 1) la majorité s'acquiert à 18 ans⁸⁶;
- 2) le mineur exerce ses droits civils dans la seule mesure prévue à la loi⁸⁷;

⁸⁰ *Op. Cit.*, Note 75, p. 6.⁸¹ Art. 220 al. 2 C.c.Q.

⁸² Art. 437, *Loi sur les banques*, LC 1991, c. 46.

⁸³ Art. 74, *Loi sur les coopératives de services financiers*, LRQ, c. C-67.3.

⁸⁴ Art. 17, *Loi sur l'aide financière aux études*, LRQ, c. A-13.3.

⁸⁵ Art. 7, *Loi sur les Syndicats professionnels*, LRQ, c. S-40.⁸⁶ Art. 153 C.c.Q.

⁸⁷ Art. 155 C.c.Q.

- 3) hormis les cas où il peut agir seul, le mineur est représenté par son tuteur pour l'exercice de ses droits civils⁸⁸.

À la lecture de ces dispositions, on pourrait croire que la sphère d'autonomie du mineur s'avère très mince sur le plan légal. La capacité du mineur étant réduite exclusivement à ce qu'autorise explicitement la loi, la logique semblerait commander que la plupart des contrats conclus par les mineurs sont alors forcément nuls.

Bien qu'il soit vrai qu'un contrat conclu par un mineur trop jeune pour être doué de discernement pourra être annulé sur cette seule base (le contrat ne pouvant se former, vue l'absence de capacité de consentir liée strictement à l'âge), force est de constater que la solution retenue par le *Code civil du Québec* dans les autres cas n'est pas aussi simple.

En fait, nous verrons que le régime de nullité des contrats applicable aux mineurs se veut un compromis entre différents impératifs : la protection du mineur contre sa propre inexpérience, le maintien de la stabilité des rapports juridiques, la limitation des pouvoirs des tuteurs, etc.

a) La distinction entre la nullité absolue et la nullité relative

Il faut d'abord comprendre que, selon les circonstances, la nullité d'un contrat pourra être absolue relative. Rien ne pourra redonner vie à un contrat qui est nul de nullité absolue. La nullité absolue s'impose à toutes les parties. Les parties peuvent bien se trouver et se déclarer fort satisfaites d'un contrat nul de nullité absolue et espérer pour cette raison que sa validité pourra légalement être reconnue. Toute personne qui en a l'intérêt pourra pourtant demander au tribunal de prononcer la nullité d'un tel contrat. En fait, le tribunal est même tenu de prendre l'initiative d'annuler le contrat nul de nullité absolue, même si aucune des parties à l'instance ne le demande (ou les deux parties s'y opposeraient même) (art. 1418 C.c.Q.).

La nullité absolue étant l'exception, les contrats conclus par les mineurs peuvent être frappés, la plupart du temps, d'une nullité relative.

Lorsque la nullité est relative, rien n'oblige le mineur ou ses parents à demander la nullité du contrat si, malgré le défaut de capacité juridique, ils estiment que les intérêts du mineur sont

⁸⁸ Art. 158 C.c.Q.

⁸⁹ L'article 163 C.c.Q. non tronqué se lit comme suit : « L'acte fait seul par le mineur ou fait par le tuteur sans l'autorisation du conseil de tutelle, alors que celle-ci est requise par la nature de l'acte, ne peut être annulé ou les obligations qui en découlent réduites, à la demande du mineur, que s'il en subit un préjudice. »⁹⁰ Lluellas et Moore expliquent l'origine du chevauchement entre les termes lésion et préjudice relativement à la capacité de contracter des mineurs : « *L'utilisation par le législateur, à la place du terme «lésion», du mot «préjudice», aux dispositions relatives aux mineurs et aux majeurs sous régime de protection, pose un problème. Entre la lésion objective du premier alinéa de l'article 1406 et la lésion subjective du second alinéa, le législateur aurait-il inséré une «tierce lésion», mitoyenne, moins exigeante encore que celle du second alinéa? Selon toute vraisemblance, il y a fort à parier que le Code civil du Québec fait allusion à la lésion, sans créer une catégorie intermédiaire ; l'emploi du vocable «préjudice» n'est sans doute pas des plus heureux, mais il peut s'expliquer: la première version du Projet de loi no 125 de 1990 ne contenait pas d'équivalent de l'alinéa 2 de l'actuel article 1406, relatif à la lésion sans exploitation (la lésion-embarras ou la «simple lésion» de l'ancien Code). C'est sûrement pour inclure cette lésion légère, au bénéfice des mineurs et des majeurs protégés, que le législateur avait préféré un terme plus général que le mot lésion. Mais, avec l'ajout subséquent du second alinéa, cette précaution cessait d'être nécessaire. Il eût fallu, alors, rétablir le terme «lésion» dans les dispositions en cause, afin d'éviter une source de "contentieux artificiel" » (Op. Cit., Note 74, pp. 461-462).*

bien servis par ce contrat (art. 1419 C.c.Q.). La nullité relative se caractérise par son caractère discrétionnaire, une discrétion qui ne pourra toutefois être exercée qu'au seul bénéfice du mineur – un commerçant ne pourra invoquer qu'un contrat il est partie est nul de nullité relative et espérer ainsi échapper à ses obligations envers un mineur.

b) Les actes annulables, en cas de lésion

C'est l'article 163 C.c.Q. qui reçoit application dans la grande majorité des cas lorsqu'un mineur doué de discernement se procure un bien ou un service. Il convient de citer cet article, afin d'illustrer les conditions et les difficultés d'interprétation qu'il pose :

163. L'acte fait seul par le mineur [...] ne peut être annulé ou les obligations qui en découlent réduites, à la demande du mineur, que s'il en subit un préjudice⁸⁹.

On notera d'abord qu'il est ici question du contrat « fait seul par le mineur », c'est-à-dire sans le concours de ses parents. Le mineur pourra obtenir que ce contrat soit déclaré nul (ou, du moins, que les obligations qui en découlent soient réduites), s'il démontre que ce contrat lui cause préjudice. Il s'agit d'une mesure de protection qui vise, notamment, à empêcher qu'on abuse de l'inexpérience des mineurs en matière contractuelle – et qui évite du même coup l'annulation de tout contrat par simple caprice, alors qu'il n'entraîne aucun préjudice au mineur qui l'a conclu.

On relèvera que l'emploi du mot « préjudice » par le législateur n'est pas des plus heureux, puisqu'il génère une certaine confusion sur le plan terminologique; même si l'article 163 C.c.Q. emploie le mot « préjudice », la majorité des auteurs, ainsi que la jurisprudence s'entendent pour dire que c'est bel et bien la lésion, tel que prévu à l'article 1406 C.c.Q., que le mineur devra en réalité invoquer et prouver s'il veut obtenir la nullité d'un contrat⁹⁰.

1406. La lésion résulte de l'exploitation de l'une des parties par l'autre, qui entraîne une disproportion importante entre les prestations des parties; le fait même qu'il y ait disproportion importante fait présumer l'exploitation.

Elle peut aussi résulter, lorsqu'un mineur ou un majeur protégé est en cause, d'une obligation estimée excessive eu égard à la situation patrimoniale de la personne, aux avantages qu'elle retire du contrat et à l'ensemble des circonstances.

Dans son *Précis de droit des jeunes*, Joyal note que, lorsque des mineurs sont concernés, la lésion telle que définie à l'article 1406 comporte à la fois un aspect objectif et subjectif :

Le terme « préjudice » utilisé à l'article 163 réfère en effet à la notion de lésion, telle qu'intégrée aux articles 1405 et 1406 du nouveau Code civil. La lésion, peut-on y lire, « ne vicie le consentement qu'à l'égard des mineurs et des majeurs protégés ». Suit un énoncé des deux significations que recouvre le concept de lésion : la première, objective, renvoie (sic) à une disproportion importante entre les prestations des parties, laquelle fait présumer l'exploitation de l'une par l'autre; la seconde, subjective, s'appuie sur une obligation estimée excessive par le tribunal, compte tenu de la situation patrimoniale de la personne mineure, des avantages qu'elle retire du contrat et de l'ensemble des circonstances. Ces dispositions constituent une codification de la jurisprudence élaborée en cette matière sous l'empire de l'ancien Code civil⁹¹.

⁹¹ JOYAL, René. *Précis de droit des jeunes*, Tome 1 : Le Code civil, Cowansville, Yvon Blais, 1994, p. 87.

On remarquera que ces deux facettes de la lésion se retrouvent respectivement au premier et au second alinéa de l'article pertinent.

La lésion objective, comme le laisse entendre son nom, est celle qui apparaît à la face même du contrat ou à l'examen des obligations qui y apparaissent. Peu importe les parties en présence, un prix ridiculement élevé constituera de l'exploitation vu la disproportion importante entre ce prix et la valeur du bien ou du service.

L'aspect subjectif de la lésion est pour sa part lié directement à la partie contractant qui se trouve défavorisée. Un prix, par exemple, pourra ne pas être, en soi, à ce point disproportionné qu'il apparaît clairement qu'il y a exploitation; s'il est imposé à un mineur qui n'a de toute évidence pas les moyens de le payer, on pourra estimer qu'il y a lésion du fait que l'obligation est *excessive eu égard à la situation patrimoniale de la personne*. De même, si un commerçant convainc un mineur d'acheter un bien ou un service dont il n'a absolument pas besoin, on pourra parler de lésion puisque les *avantages qu'elle retire du contrat* sont nuls pour la partie contractante qu'est le mineur. Si le mineur contracte, par exemple, suite à des pressions excessives, il pourra encore plaider que, *eu égard à l'ensemble des circonstances*, son obligation est excessive et qu'elle équivaut à exploitation.

Bien entendu, si le préjudice causé au mineur découle d'événements accidentels et imprévus, il serait difficile d'en tenir rigueur au cocontractant du mineur et l'annulation du contrat ne serait pas possible, du moins sur la base de l'article 164, aussi réel que soit le préjudice; le préjudice dont fait état cet article, et qui peut servir de base à une demande d'annulation, doit découler de l'acte lui-même ou des obligations qui en découlent.

c) Les actes interdits en toutes circonstances

L'article 161 C.c.Q. dispose que « [l]'acte fait seul par le mineur, lorsque la loi ne lui permet pas d'agir seul ou représenté, est nul de nullité absolue ». Il est important de porter une grande attention à la lecture de cet article afin de l'interpréter correctement, car son libellé nous indique que cet article ne vise qu'un nombre très restreint de cas.

Seuls les actes que ne peuvent accomplir ni le mineur seul ni son représentant sont ainsi nuls en tout temps s'ils sont posés par le mineur seul. Dans le langage juridique, on qualifie ces situations « d'incapacité de jouissance », dans la mesure où la loi considère que le mineur, même représenté par son tuteur, ne peut en aucune façon « jouir » du droit de poser ces actes – le fait même de les poser est illégal.

Lluelles et Moore expliquent à ce sujet :

Les incapacités de jouissance s'attachent au droit lui-même, et non à sa seule mise en œuvre. La personne qui en est frappée ne détient tout simplement pas le droit de poser un acte déterminé : qu'elle agisse seule ou par l'intermédiaire d'un représentant ou avec l'assistance ou le conseil d'une autre personne, l'acte posé est nécessairement illégal et annulable. Contrairement aux incapacités d'exercice dont l'assiette peut être plutôt large, les incapacités de jouissance sont spécifiques — en termes d'actes juridiques —, et ne peuvent résulter que d'un texte exprès; elles sont d'ailleurs peu nombreuses : il est

⁹² *Op. Cit.*, Note 74, p. 502. ⁹³ Art. 161 C.c.Q. et 1418 C.c.Q. ⁹⁴ *Op. Cit.*, Note 74, pp. 465-466.

*heureux qu'il en soit ainsi, car une personne qui serait frappée d'une incapacité générale de jouissance serait un non-être juridique, ne pouvant poser aucun acte quelconque*⁹².

Lorsqu'il est question d'incapacité de jouissance, le tuteur ne pourrait rechercher l'autorisation du conseil de tutelle, ou même du tribunal pour poser valablement l'acte⁹³, puisque le simple fait de poser l'acte est illégal.

Le fait que certains actes soient frappés d'une incapacité de jouissance peut parfois s'avérer être un outil précieux pour assurer la protection des intérêts du mineur. En effet, comme les incapacités de jouissance du mineur sont sanctionnées par la nullité absolue, un juge peut de sa propre initiative déclarer un acte nul, c'est-à-dire sans que les parents en fassent la demande, si le contrat en question est soulevé dans le cadre d'une affaire.

Parmi les actes pour lesquels le mineur est frappé d'une incapacité de jouissance, on trouve le fait de :

- se marier avant l'âge de 16 ans (Art.373 C.c.Q. et art. 6 *Loi d'harmonisation no 1 du droit fédéral avec le droit civil*, L.C. 2001, c. 4.);
- disposer de ses biens par testament, sauf ceux de faible valeur (art. 708 C.c.Q.);
- faire donation de ses biens (sauf s'il s'agit de biens de peu de valeur et/ou de cadeaux d'usage), sous réserve des règles régissant les donations entre époux (art. 1813 C.c.Q.).

Dans le contexte de consommation, il est difficile d'imaginer des cas où l'article 161 C.c.Q. pourrait recevoir application. La solution aux problèmes que vivent parfois les mineurs avec les commerçants doit donc être trouvée ailleurs.

3.2.2 La fausse déclaration du mineur quant à son âge

La loi impose aux commerçants de vérifier, dans certaines circonstances, l'âge du consommateur, puisque la vente à des mineurs peut être interdite pour certains produits. Il ne s'agit toutefois pas d'une règle générale. Le mineur étant autorisé à contracter pour ses propres besoins, le commerçant n'a aucun motif, sauf dans le cas précité, de s'enquérir de son âge.

Que se passe-t-il toutefois si le commerçant croit légitimement, suite, par exemple à une déclaration trompeuse de l'adolescent, que son cocontractant est majeur? Le mineur ou son représentant pourront-ils tout de même demander, le cas échéant, la nullité du contrat en vertu de l'article 163 C.c.Q.?

En principe, la réponse à cette question est que la fausse déclaration du mineur quant à son âge ne le prive pas de ses droits; c'est ce que prévoit explicitement l'article 165 C.c.Q. : « *[l]a simple déclaration faite par un mineur qu'il est majeur ne le prive pas de son action en nullité ou en réduction de ses obligations* ».

À ce sujet, Lluellas et Moore (p. 465-466) expliquent que :

La déclaration inexacte ne couvre le mineur que pour autant qu'elle se contente d'être une « simple déclaration » : « malgré les apparences, j'ai bien dix-huit ans »! Il ne devrait pas être nécessaire de distinguer entre la déclaration spontanée et la réponse à une question posée; de même, on ne devrait pas traiter différemment la déclaration verbale et la déclaration écrite sur un formulaire préparé par le cocontractant, « puisque

souvent l'une et l'autre peuvent être données en réponse à des pressions exercées sur le mineur, directement ou indirectement⁹⁴ ».

Ce principe souffre néanmoins d'une exception, comme l'ajoutent ces mêmes auteurs :

Toutefois, si la déclaration s'accompagne d'un artifice, comme une falsification d'acte de naissance, ou d'un stratagème, comme une lettre que le mineur avait sollicitée de sa mère établissant un âge inexact, on « dépass[e] la limite de l'exception » : le juge ne prononcera aucune sanction, ni annulation ni révision, même si le contrat est, par ailleurs, lésionnaire, puisqu'il y a eu fraude du mineur⁹⁵.

3.2.3 La confirmation de l'acte

Le *Code civil du Québec* prévoit à son article 166 que « [l]e mineur devenu majeur peut confirmer l'acte fait seul en minorité, alors qu'il devait être représenté ». Cet article n'exigeant aucun formalisme, la confirmation n'aura pas à être expresse. Cela signifie, par exemple, que si un adolescent contracte un prêt ou achète à crédit à l'âge de 17 ans, il lui sera difficile d'invoquer la nullité de ce contrat pour cause de lésion, si, une fois devenu adulte, il continue d'effectuer ses paiements, car on lui opposera alors qu'il a par ses gestes confirmé le contrat qu'il avait conclu alors qu'il était mineur.

3.2.4 L'article 157 C.c.Q. : un simple énoncé de principe, sans effet pratique?

L'article 157 C.c.Q. a fait couler beaucoup d'encre depuis son adoption en 1991. Loin d'avoir clarifié le droit applicable, l'article 157 C.c.Q. semble au contraire avoir créé davantage de confusion que fourni des points de repère utiles dans l'analyse de la sphère d'autonomie contractuelle des mineurs.

« [l]e mineur peut, compte tenu de son âge et de son discernement, contracter seul pour satisfaire ses besoins ordinaires et usuels. »

Quels sont les contrats auxquels un mineur peut être partie sans le concours de ses parents? À première vue, l'article 157 C.c.Q. semble apporter une réponse relativement simple : il s'agit des contrats conclus dans le but de *satisfaire ses besoins ordinaires et usuels*. La détermination de la sphère d'autonomie contractuelle du mineur serait donc tributaire de l'identification des contrats qui satisfont ses *besoins ordinaires et usuels*. À l'intérieur de cette sphère, il pourra contracter si *son âge et son discernement* lui donnent la capacité de consentir valablement. En s'appuyant sur le texte de cet article, *a contrario*, on pourrait conclure que tout contrat qui ne viserait pas la satisfaction des *besoins ordinaires et usuels* du mineur serait donc susceptible d'annulation, puisque le mineur ne pouvait alors contracter.

Or, si l'article 157 constitue un énoncé de principe fort intéressant, il faut, pour comprendre la portée et l'effet d'un contrat conclu en dehors de cette sphère, examiner les sanctions que propose la loi pour de tels actes.

⁹⁵ *Op. Cit.*, Note 74, p. 466.

⁹⁶ DELEURY, Édith et Dominique GOUBAU. *Le droit des personnes physiques*, Cowansville, Yvon Blais, 4^e édition, 2008, paragr. 495.

Or il appert que cette distinction entre les actes qui se trouverait à l'intérieur ou hors la sphère définie à l'article 157 ne trouve aucun écho à l'article 163 C.c.Q. : peu importe que le contrat visé ait été conclu pour combler des « besoins courants et ordinaires » ou pas, le mineur ou son représentant ne pourront obtenir la nullité du contrat que s'ils réussissent à démontrer que ce contrat lèse le mineur.

Deleury et Goubeau donnent un exemple tout à fait éclairant de l'utilité pour le moins limitée de l'article 157 C.c.Q. aux fins de l'application de la sanction prévue à l'article 163 C.c.Q. :

Prenons l'exemple du mineur de 17 ans qui s'achète une auto. Il peut y avoir une discussion fort intéressante sur le fait de savoir si cette auto représente un besoin usuel et ordinaire de ce mineur. Mais, dans la négative comme dans l'affirmative, le mineur peut demander l'annulation de la vente ou la réduction de ses obligations qui en découlent, s'il peut démontrer le caractère lésionnaire du contrat⁹⁶.

Certains diront qu'une telle vision de l'article 157 C.c.Q. tend à contredire le principe voulant que « le législateur ne parle pas pour rien dire » — il est vrai qu'on peine à comprendre l'utilité de ces distinctions qu'établit l'article 157 si elles n'ont aucune conséquence quand vient le temps pour le mineur d'exercer ses droits.

Selon Deleury et Goubeau, l'utilité de l'article 157 C.c.Q. se trouverait dans le fait qu'un commerçant ne pourrait refuser de contracter avec un mineur qui chercherait à combler ses besoins usuels et ordinaires, sans risquer que son refus soit qualifié de discriminatoire :

La distinction entre d'un côté les besoins usuels et ordinaires et de l'autre les besoins extraordinaires ou non usuels n'enlève donc rien à la protection des mineurs. Elle n'y ajoute cependant rien non plus, si ce n'est que, s'agissant de besoins courants, le cocontractant majeur ne pourrait refuser de contracter en raison de l'incapacité du mineur sans risque de se voir reprocher un comportement de discrimination fondé sur l'âge⁹⁷.

3.3 La Loi sur la protection du consommateur et les mineurs

3.3.1 L'absence d'un régime particulier pour les mineurs

Le *Code civil du Québec* comporte, comme nous l'avons vu, un régime très complet sur la capacité de contracter des mineurs et prévoit différentes mesures de protection de leurs intérêts dans l'attente de leur majorité. Pour cette raison, il ne faut pas s'étonner que la Loi sur la protection du consommateur ne prévoie pas, en fin de compte, de dispositions particulières destinées à protéger les mineurs dans leurs rapports avec les commerçants, exception faite des règles restreignant la publicité destinée aux enfants.

⁹⁷ *Op. Cit.*, Note 97, 487

⁹⁸ *Op. Cit.*, Note 74, p. 409

3.3.2 La publicité faite aux enfants

Bien que cette interdiction n'ait pas spécifiquement trait à la capacité de contracter des mineurs, il est intéressant de noter que la *Loi sur la protection du consommateur* interdit en principe à tout commerçant d'effectuer de la publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans (sous réserve des exceptions prévues par règlement) (art. 248 L.P.C).

L'article 249 de la Loi précise à cet égard :

Pour déterminer si un message publicitaire est ou non destiné à des personnes de moins de treize ans, on doit tenir compte du contexte de sa présentation et notamment :

- a) de la nature et de la destination du bien annoncé;*
- b) de la manière de présenter ce message publicitaire;*
- c) du moment ou de l'endroit où il apparaît.*

Le fait qu'un tel message publicitaire soit contenu dans un imprimé destiné à des personnes de treize ans et plus ou destiné à la fois à des personnes de moins de treize ans et à des personnes de treize ans et plus ou qu'il soit diffusé lors d'une période d'écoute destinée à des personnes de treize ans et plus ou destinée à la fois à des personnes de moins de treize ans et à des personnes de treize ans et plus ne fait pas présumer qu'il n'est pas destiné à des personnes de moins de treize ans.

3.3.3 La distinction entre la lésion au sens de la L.p.c. et au sens du C.c.Q.

En règle générale, le *Code civil du Québec* ne reconnaît pas que la lésion puisse vicier le consentement des personnes majeures (art. 1405), limitant cet effet possible aux seules personnes mineures ou sous régime de protection. Toutefois, tel n'est pas le cas de la *Loi sur la protection du consommateur* qui prévoit au contraire, sans la nommer, que le consommateur peut toujours invoquer la lésion contre un commerçant, et ce, sans établir quelque distinction entre consommateurs majeurs ou mineurs.

L'article 8 de la *Loi sur la protection du consommateur* se lit comme suit :

Le consommateur peut demander la nullité du contrat ou la réduction des obligations qui en découlent lorsque la disproportion entre les prestations respectives des parties est tellement considérable qu'elle équivaut à de l'exploitation du consommateur, ou que l'obligation du consommateur est excessive, abusive ou exorbitante.

Ainsi, un mineur contractant avec un commerçant aurait l'embaras du choix s'il voulait obtenir la nullité du contrat ou la réduction de ses obligations pour cause de lésion : il pourrait invoquer tant le *Code civil du Québec* que la L.P.C.

Aurait-il davantage de chances d'obtenir gain de cause sous la L.p.c. ou sous le *Code civil du Québec*? Référons à ce sujet à l'analyse de Lluellas et Moore sur les différences qui subsistent entre l'aspect objectif et subjectif de la lésion en vertu de la L.p.c. et du Code civil :

Autre différence avec le droit commun, la lésion subjective du consommateur, prévue à l'article 8 L.p.c., semble plus exigeante que celle des mineurs et des majeurs protégés : l'emploi des termes « excessif », « abusif » et « exorbitant » indique vraisemblablement « une intention du législateur d'exiger plus que le préjudice que l'on reconnaît généralement dans le cas de lésion du mineur ». L'article 9 L.p.c., en effet, qui doit être

lu en harmonie avec l'article 8, laisse supposer que le consommateur devra prouver plus que de l'embarras, des ennuis ou des inconvénients pour obtenir gain de cause⁹⁸.

Il semble donc que, dans l'ensemble, que les critères permettant d'invoquer la lésion seraient plus faciles à rencontrer dans le cas de l'article 1406 C.c.Q. que dans le cas de l'article 8 L.p.c.

3.4 Quelques affaires dont les tribunaux ont été saisis

3.4.1 Clinique dentaire Lafrenière & St-Pierre c. McLean, 2003 CanLII 49466 (QC C.Q.)

Les dentistes Lafrenière et St-Pierre poursuivent devant la Division des petites créances du Québec la mère d'un adolescent de 16 ans, pour recouvrer une somme de 260 \$ qui leur serait due relativement à des soins dentaires dispensés à son fils.

L'intérêt de cette affaire repose sur le fait que l'adolescent a contracté seul avec la clinique dentaire, contre l'avis de sa mère. Cette dernière avait d'abord accompagné à la clinique son fils qui se plaignait d'un mal de dents particulièrement virulent. Le dentiste consulté a conclu qu'un traitement de canal était nécessaire et en a avisé la mère. La mère a refusé de donner suite à la recommandation du dentiste, jugeant l'opération trop dispendieuse.

Faisant fi du refus de la mère, le dentiste réussit à convaincre l'adolescent d'opter pour le traitement de canal. Le mineur promet de payer le dentiste dans un délai raisonnable.

Le paiement promis n'ayant jamais été fait, le dentiste poursuit la mère personnellement afin de recouvrer ses honoraires. Mentionnons que sa poursuite ne vise que la mère, pas l'adolescent.

Cette affaire soulève ainsi une question fort intéressante : **est-ce que les parents d'une personne mineure sont responsables des obligations que ce dernier contracte seul auprès d'un commerçant?** Le tribunal, établissant de façon claire une distinction entre le patrimoine des parents et celui de leur enfant, rejette la poursuite du dentiste.

Il convient de citer quelques extraits de cette décision :

Dans un premier temps, il n'est pas superflu de mentionner que le consentement qui a été donné par le jeune Ryan était certes éclairé et valide. Il estimait, selon le conseil d'un spécialiste médical, que le traitement de canal convenait le mieux à son état de santé, et son choix se doit d'être respecté.

Mais la décision d'un enfant mineur quant aux coûts qu'entraîne sa décision relative à des traitements médicaux comporte-t-elle forcément l'obligation de l'assumer par sa mère? Nous ne sommes pas de cet avis pour les raisons suivantes.

Il nous faut faire une distinction entre le patrimoine de l'enfant et celui de son ou de sa tutrice. En l'instance le jeune homme s'est engagé à rembourser le chirurgien dentiste pour les soins qu'il recevait. Il avait alors la qualité pour conclure un tel contrat et pouvait ainsi engager ses actifs ou son patrimoine. [...]

Naturellement l'intimée eut-elle personnellement, expressément ou tacitement autorisé le chirurgien-dentiste à procéder à la fourniture des soins médicaux qui étaient les meilleurs selon ce dernier, qu'alors le recours eût pu réussir. Mais si de façon aussi claire elle lui exprimait son désaccord, il devait alors comprendre que sa créance pour soins médicaux ne s'adressait plus alors qu'à celui qui les recevait. Rappelons-le, elle est en l'instance poursuivie "personnellement"...

3.4.2 Sansoucy (Tuteur) c. Cousineau, 2004 CanLII 8510 (QC C.Q.)

Dans cette affaire, M. Sansoucy agit en sa qualité de tuteur pour demander la nullité de la vente d'un scooter que son fils a acheté à M. Cousineau pour une somme de 1 750 \$, parce que, quelques jours après la vente, il a constaté que le scooter acheté par son fils nécessitait des réparations s'élevant à près de 3000 \$.

En premier lieu, M. Sansoucy allègue que son fils a été victime de fausses représentations de la part de M. Cousineau, qui aurait selon lui diminué l'ampleur des réparations à effectuer en prétendant au moment de la vente que le scooter était « facilement réparable ».

Le juge ne retient pas cette hypothèse, étant donné que le vendeur avait tout de même dénoncé le fait que le scooter était gravement accidenté et que l'expression « facilement réparable » peut s'interpréter différemment d'une personne à l'autre. De plus, le juge considère qu'un acheteur prudent, étant au fait que le scooter était gravement accidenté, l'aurait fait inspecter avec de l'acheter, ce que n'a pas fait le fils du demandeur dans cette affaire.

L'intérêt de cette décision réside dans le fait que le juge a tout de même accueilli la requête du demandeur en se fondant uniquement sur les règles régissant la capacité de contracter des mineurs.

En effet, le juge en arrive à conclure que même si les conditions requises pour exercer un recours en vice caché ne sont rencontrées en l'espèce, il n'en demeure pas moins que le contrat conclu par le mineur a été pour lui source de lésion :

CONSIDÉRANT qu'il y a lésion en la présente instance à l'égard du mineur François Sansoucy en ce qu'il ne retire aucun avantage de l'achat du scooter, bien au contraire, puisqu'il aura à déboursier une somme supérieure à la valeur du véhicule pour le remettre en état;

CONSIDÉRANT de plus que ledit mineur ne possède pas les ressources financières pour assumer de telles réparations ni d'ailleurs les frais d'assurance, d'immatriculation, d'essence, etc., que ledit mineur devra encourir par suite de l'achat du scooter et qui sont en nette disproportion avec ses ressources financières;

Le tribunal déclare donc nulle la vente du scooter et condamne le défendeur à rembourser le montant payé lors de la vente (mais sans intérêts ni indemnité additionnelle, compte tenu que le tribunal conclut que le vendeur était de bonne foi).

3.4.3 Bédard c. Roussin Parfumerie, 2006 QCCQ 1074 (CanLII)

Un commerçant peut-il être poursuivi en dommages-intérêts pour avoir percé le nombril d'une jeune adolescente sans s'être assuré préalablement du consentement de ses parents?

C'est la question à laquelle répond la Cour du Québec dans l'affaire *Bédard c. Roussin Parfumerie*.

Lorsque ses parents ont appris que leur jeune fille de treize s'était fait percer le nombril dans une bijouterie, ils ont décidé de poursuivre la bijouterie en question pour atteinte à l'intégrité physique de leur fille et pour les troubles, inconvénients et dommages découlant du non-respect de leur autorité parentale.

Le juge écarte d'abord l'hypothèse voulant que l'installation d'un bijou sur un nombril soit un soin de santé auquel le mineur peut consentir seul à partir de l'âge de 14 ans en vertu des articles 14 et 17 du *Code civil du Québec* et conclut de plus que « *le perçage du nombril fait donc partie des besoins ordinaires et usuels d'une jeune adolescente de treize ans et sept mois, capable de juger et d'apprécier avec justesse les conséquences de sa décision de désobéir à ses parents.* »

Le tribunal conclut par ailleurs que : « *Le seul problème découlant du perçage du nombril de Chantal Berthelot vise sa relation avec ses parents et elle est la seule responsable de sa décision d'agir à l'encontre de leur volonté.* » et estime que le commerçant, en l'absence de faute contractuelle, ne peut porter aucune responsabilité pour ce qui ne s'avère en bout du compte qu'une contravention à l'autorité parentale.

3.5 Le paradoxe de la capacité du mineur

L'examen que nous venons d'effectuer des règles de droit québécoises qui encadrent la capacité de contracter des mineurs a de quoi de donner le vertige. Bien sûr, les considérations sous-jacentes à ces règles expliquent pour une grande part cette complexité.

En effet, avec le discours ambiant sur la nécessité de développer la littératie financière des Canadiens, il est assez facile d'admettre qu'un enfant de 12 ans n'aura pas, par exemple, la capacité requise pour apposer sa signature au bas d'un long et complexe contrat de courtage de valeurs mobilières. Pour cette raison, le législateur a mis en place un régime où, en principe, le mineur est représenté par ses parents dans l'exercice de ses droits civils, et ce, jusqu'à sa majorité.

Toutefois, tous les actes juridiques ne sont pas aussi complexes que ceux de notre exemple; le législateur, conscient de ce fait, a appliqué au principe général qui consacre l'incapacité tellement d'exceptions qu'il devient très difficile de savoir si, oui ou non, que ce soit en général ou au cas par cas, le mineur peut contracter seul. Le régime en est-il un, en fait, d'incapacité tempérée d'exceptions ou plutôt de capacité qui serait sur certains points limitée?

Comme le notent Deleury et Goubau, « *[l]e Code civil du Québec consacre en effet des tempéraments coutumiers au principe de l'incapacité du mineur. Ces exceptions sont même tellement nombreuses qu'on peut en conclure que le mineur doué de discernement est dans un état de semi-capacité et que, finalement, le principe de l'incapacité générale des mineurs n'est vrai que pour les enfants qui, en raison de leur âge physique ou mental, ne sont pas encore doués de discernement*⁹⁹. »

⁹⁹ *Op. Cit.*, Note 97, paragr. 486.¹⁰⁰ CHAMBRE DES NOTAIRES DU QUÉBEC. *Mémoires de la Chambre des notaires du Québec : Projet de loi 125 – Code civil du Québec*, 1991, p. 15.

Plus pessimiste, la Chambre des notaires avait, à l'époque de la réforme du Code civil, émis une opinion assez sévère sur le nouveau régime juridique applicable aux mineurs :

Selon les hypothèses, le mineur est majeur, presque majeur, pas tout à fait majeur! Bien que la maturité, le sérieux, la sagesse s'acquièrent graduellement, la Chambre des notaires est d'avis que les dispositions qui visent à reconnaître au mineur une « capacité partielle » créeront de l'incertitude et que les dispositions plus libérales risquent de demeurer lettre morte¹⁰⁰.

L'étude des différentes dispositions de la loi encadrant la capacité de contracter du mineur nous amène à conclure, à l'instar d'autres auteurs, que le mineur est généralement capable de contracter... mais qu'il est incapable d'être lésé.

La difficulté du législateur à formuler des règles claires au sujet de la capacité à contracter des mineurs témoigne de l'ampleur des zones grises en la matière (il suffit de penser ici à la portée réelle de l'article 157 C.c.Q.). On comprend dès lors que la connaissance et la mise en application de ces règles pourra sembler, pour les consommateurs comme les commerçants, un exercice de haute voltige.

4. Cadre juridique canadien

4.1 Âge de la majorité dans les provinces canadiennes

Au Canada, l'âge de la majorité varie d'une province à l'autre.

Plusieurs provinces fixent l'âge de la majorité à 18 ans. Au Québec, par exemple, l'âge de la majorité est passé de 21 ans à 18 ans en 1971 (C'est en 1782 qu'il était passé de 25 à 21 ans).

Les provinces suivantes établissent à 18 ans l'âge de la majorité :

- Québec¹⁰¹;
- Ontario¹⁰²;
- Alberta¹⁰³;
- Manitoba¹⁰⁴;
- Saskatchewan¹⁰⁵;
- Île-du-Prince-Édouard¹⁰⁶.

D'autres provinces et Territoires ont préféré établir l'âge de la majorité à 19 ans :

- Terre-Neuve et Labrador¹⁰⁷;
- Nouveau-Brunswick¹⁰⁸;
- Nouvelle-Écosse¹⁰⁹;
- Colombie-Britannique¹¹⁰;
- Yukon¹¹¹;
- Territoires du Nord-Ouest¹¹²;
- Nunavut¹¹³;

¹⁰¹ Art. 153, C.c.Q.

¹⁰² Art. 1, *Loi sur la Majorité et la capacité civile*, LRO 1990, c. A.7.

¹⁰³ Art. 1, *Age of Majority Act*, RSA 2000, c. A-6.

¹⁰⁴ Art. 1, *Loi sur l'âge de la majorité*, CPLM, c. A7.

¹⁰⁵ Art. 2, *Age of Majority Act*, RSS 1978, c. A-6.

¹⁰⁶ Art. 1, *Age of Majority Act*, RSPEI 1988, c. A-8.

¹⁰⁷ Art. 2, *Age of Majority Act*, S.N.L. 1995, c. A-4.2.

¹⁰⁸ Art. 1, *Loi sur l'Âge de la majorité*, L.R.N.-B. 1973, c. A-4.

¹⁰⁹ Art. 2, *Age of Majority Act*, RSNS 1989, c. 4¹¹⁰ Art. 1, *Age of Majority Act*, RSBC 1996, c. 7

¹¹¹ Art. 1, *Age of Majority Act*, RSY 2002, c. 2.

¹¹² Art. 2, *Age of Majority Act*, RSNWT 1988, c. A-2.

¹¹³ Art. 2, *Age Of Majority Act*, RSNWT (Nu.) 1988, c. A-2.

4.2 Capacité de contracter des mineurs : la common law

Remarques préliminaires

Au Canada, mais à l'exception du Québec, les rapports privés entre personnes sont régis par la common law, le système de droit que le Canada, à titre d'ancienne colonie britannique, a hérité de la Grande-Bretagne¹¹⁴.

Dans un système de common law, la majorité des règles qui gouvernent les rapports privés entre personnes découlent de principes énoncés au fil des années par les tribunaux, en fonction des litiges qui leur sont soumis. On décrit souvent la common law comme un système de « *judge made law* ». Cela n'empêche pas le législateur d'édicter des lois relatives aux rapports privés entre individus. Seulement, ces lois visent généralement à éclaircir, compléter ou rectifier les règles qui ont été établies par les tribunaux, et non à supplanter cette approche.

*Les cours de justice sont l'auteur collectif de la common law. Il faut cependant admettre, ajoute un auteur, que plus un tribunal est élevé dans la hiérarchie judiciaire, plus les règles qu'il a élaborées ont de chances de s'intégrer durablement au corps des règles de common law*¹¹⁵.

Donald Poirier, l'un des chercheurs du *Centre international de la common law en français*, émet la remarque suivante au sujet des différences d'approche qui existent en matière de protection du mineur entre les régimes de common law et de droit civil :

Les systèmes de common law ne connaissent pas la notion d'émancipation du mineur. La common law entretient la notion de tout ou rien. Une personne est ou bien mineure ou majeure. Aussi longtemps qu'elle est mineure, elle ne dispose pas de la capacité juridique. Étant donné que la common law ne reconnaît pas la notion de la représentation du mineur par un tuteur, ce dernier ne peut donc autoriser le mineur à poser certains actes. Tous les actes posés par le mineur sont considérés par la common law comme les siens et ce n'est qu'exceptionnellement qu'un parent sera tenu responsable pour les actes de ses enfants.

Il faut également se méfier du sens que l'on peut attribuer aux mots lorsqu'on cherche à établir des comparaisons entre les règles de common law et de droit civil. Malgré la similitude, voire l'identité du vocabulaire et des concepts employés, il est toujours nécessaire de garder à l'esprit qu'il s'agit de deux systèmes de droit autonomes, qui obéissent à des logiques différentes. Par exemple, il n'y a pas d'adéquation parfaite entre les notions de « lésion » en droit civil et le critère du contrat conclu à l'encontre du bénéfice de l'enfant (*infant's benefit*) en common law, la lésion étant définie par de multiples critères relativement précis¹¹⁶, tandis le bénéfice de l'enfant demeure par essence une notion plutôt floue qui pourra être vue différemment au gré des circonstances propres à chaque affaire.

¹¹⁴ Nos observations au sujet de la common law sont tirées de ÉMOND, André et Lucie LAUZIERE. *Introduction à l'étude du droit, Montréal, Wilson & Lafleur, 2003, p. 98 et suiv.*

¹¹⁵ ÉMOND, André et Lucie LAUZIERE. *Introduction à l'étude du droit, Montréal, Wilson & Lafleur, 2003, p. 100.* ¹¹⁶ Art. 1406 C.c.Q.

4.2.1 Incapacité de principe du mineur

En common law, la règle générale veut que le contrat conclu par le mineur soit tout simplement invalide¹¹⁷.

Cependant, force est d'admettre, avec le professeur Poirier, que cette affirmation relève davantage d'un l'énoncé de principe que d'une véritable description des règles juridiques qui gouvernent la capacité de contracter des mineurs :

Le fait qu'une personne mineure n'ait pas la capacité juridique dans les systèmes de common law ne rend toutefois pas compte de toute la réalité. De nombreuses exceptions existent, ce qui fait dire à plusieurs que la règle générale est une passoire qui ne veut plus rien dire.

La règle d'incapacité juridique des mineurs, ajoute plus loin cet auteur, peut difficilement être appliquée dans toute sa rigueur, car sinon les personnes n'ayant pas encore l'atteint [sic] l'âge de la majorité auraient des difficultés à vivre de façon autonome dans nos sociétés¹¹⁸.

Deux raisons expliquent le constat du professeur Poirier à l'effet que cette incapacité de principe du mineur « est une passoire qui ne veut plus rien dire¹¹⁹ ».

Tout d'abord, en vertu de la common law, les contrats visant à fournir au mineur les nécessités de la vie (*necessaries*) sont considérés comme valides et contraignants (*enforcable*) pour le mineur, à condition que le contrat ainsi conclu avantage le mineur (*infant's benefit*)¹²⁰.

La common law considère que les autres contrats conclus par le mineur sont en principe annulables (*voidable*) à son gré¹²¹. Or, si cette possibilité pour le mineur de « se sortir » du contrat à son gré peut paraître avantageuse, nous verrons que la mise en œuvre de cette option est assujettie à une série de conditions dont les contours s'avèrent en pratique plutôt mal définis.

À l'instar du droit civil, les règles de la common law relatives à la capacité de contracter des mineurs cherchent à préserver un certain équilibre entre le besoin de protection d'une partie vulnérable et l'effet pervers que peut entraîner une telle protection :

The protection of weaker parties is an essential part of any civilized law of contracts. It was argued in the chapter on unconscionability that freedom of contract cannot be an absolute value but that other values such as fairness, equity, and the avoidance of unjust enrichment, must weighed [sic] in the balance. For these reasons the law of contracts has always given special protection to minors. On the other hand, some protection is needed for a party dealing with a minor, and entire freedom to avoid

¹¹⁷ *Canadian Encyclopedic Digest*, Children - chap. III.1, Toronto, Carswell, paragr. 538, [Westlaw].

¹¹⁸ POIRIER, Donald. *Les personnes physiques et les incapacités*, Cowansville, Yvon Blais (coll. « La common law en poche »), 1997, p. 87.

¹¹⁹ *Op. Cit.*, Note 118.

¹²⁰ *Op. Cit.*, Note 117.

¹²¹ *Op. Cit.*, Note 117.

¹²² WADDAMS, S.M. *The Law of Contracts*, Toronto, Canada Law Book, 2005, p. 471.

*contracts might in the long term rebound to the detriment of minors, for few would advance credit even for necessities to one whose promise to pay was not binding. The complexity of the present law springs from these conflicting objectives*¹²².

Enfin, on ne peut passer sous silence le fait que la common law fait face à un défi de renouvellement, étant donné que les décisions qui en ont affirmé les grands principes se font de plus en plus anciennes, et que la société a bien changé depuis :

*Before the fairly recent changes in the law of all Canadian provinces governing the age of majority, cases of contracts by « infants » were not uncommon because the age of majority was then 21. When the age was reduced to 18 or 19 the number of cases dropped dramatically. At the same time the very difficult decisions of dealing fairly with both the minor and the person who, in good faith, had dealt with him (all the old cases involved young males) have largely disappeared*¹²³.

Nos recherches nous amènent à abonder dans le même sens. Les décisions citées dans les traités de droit relatifs à la capacité de contracter des mineurs dataient terriblement; d'après ce que nous indique notre revue des problématiques actuelles, il s'avère que les mineurs sont encore aujourd'hui susceptibles de connaître des litiges quant aux contrats qu'ils concluent, et qu'ils concluent vraisemblablement un nombre proportionnellement plus élevé de contrats, compte tenu de leur participation accrue dans le marché de la consommation de biens et de services¹²⁴. L'extrême rareté des décisions concernant les problèmes des mineurs en matière de consommation est certes surprenante. La difficulté qu'éprouve la common law à se renouveler paraît donc, à première vue, difficile à expliquer.

4.2.2 Règles applicables à la plupart des contrats

Comme nous l'avons dit, la common law considère que les contrats conclus par un mineur ne sont pas valides — si l'on fait abstraction du cas des *necessaries*, le contrat conclu par le mineur sera tout simplement considéré nul (void) ou annulable (voidable), à l'initiative du mineur¹²⁵.

Rappelons que le contrat visant la fourniture des choses nécessaires à l'existence est en principe valide et contraignant pour le mineur, sauf si le contrat en question s'avère ne pas avoir été conclu à son avantage.

Parmi les contrats annulables à l'initiative du mineur, il convient de distinguer deux catégories :

Le droit anglais, explique le professeur Poirier, établit une distinction entre deux catégories de contrats annulables : ceux qui ont force obligatoire à moins d'être révoqués et ceux qui n'ont pas force obligatoire à moins d'être ratifiés. La première catégorie comprend des contrats qui se poursuivent et qui demeurent valides aussi longtemps que le mineur ne tente pas de les annuler. [...] L'autre catégorie de contrats

¹²³ SWAN, Angela. *Canadian Contract Law*, Markham (Ontario), LexisNexis, 2009, p. 861.

¹²⁴ Renvoi vers autre partie du rapport

¹²⁵ *Op. Cit.*, Note 117.

¹²⁶ *Op. Cit.*, Note 118, p. 95.

*comprend ceux qui sont présumés invalides à moins que le mineur les ratifie après avoir atteint sa majorité*¹²⁶.

Cela dit, peu importe que le contrat puisse faire l'objet d'une répudiation ou d'une ratification, le caractère annulable du contrat pourra être remis en question dans certaines circonstances qui, précisons-le, ne sont pas si rares. En dépit de l'incapacité de principe du mineur à contracter en common law, on ne pourra donc pas écarter trop rapidement l'hypothèse que le contrat conclu par le mineur soit générateur d'obligations juridiques contraignantes, et ce, même si ce contrat ne vise pas la fourniture de *necessaries*. D'où la remarque, qui mérite d'être citée encore, du professeur Poirier à l'effet que la règle de l'incapacité du mineur est devenue « *une passoire qui ne veut plus rien dire*¹²⁷ ».

4.2.3 Contrat visant la fourniture de « *necessaries* »

La common law prévoit que le mineur est tenu d'honorer le contrat qu'il a conclu lorsque ce contrat vise à lui fournir les « *necessaries* », c'est-à-dire les « choses nécessaires à l'existence¹²⁸ ». La logique derrière cette exception au principe de l'incapacité du mineur est de faire en sorte que le mineur puisse se procurer les biens et services nécessaires pour combler ses besoins de base et que son cocontractant bénéficie d'une certaine sécurité juridique¹²⁹.

Le *Sale of Goods Act*, une loi uniforme adoptée par l'ensemble des provinces canadiennes (sauf le Québec), définit les *necessaries* comme « *goods suitable to the conditions in life of the minor or other person and to his or her actual requirements at the time of the sale and delivery*¹³⁰ ».

Poirier rapporte que « *la nourriture, le logement (même l'achat d'une maison), les vêtements, les soins médicaux, le matériel scolaire et même les leçons de billard ou de danse* » ont été qualifiés par les tribunaux de choses nécessaires à l'existence¹³¹.

Tentant une approche raisonnée, un autre auteur tente de définir les contours de ce concept :

*The test of what are necessities appears to be whether the services provided by the adult are vital to the health or other welfare of the minor. Minors may require to be kept healthy, or, sometimes, to be educated, just as they require food and drink (or shelter)*¹³².

¹²⁷ *Op. Cit.*, Note 118.

¹²⁸ *Op. Cit.*, Note 118, p. 93.

¹²⁹ WADDAMS, S.M. *The Law of Contracts*, Toronto, Canada Law Book, 2005, p. 471.

¹³⁰ *Sale of Goods Act*, RSA 2000, c. S-2. ; *Sale of Goods Act*, RSBC 1996, c. 410. ; *Sale of Goods Act*, RSPEI 1988, c S-1. ; *The Sale of Goods Act*, CCSM c. S10 ; *Sale of Goods Act*, RSNB 1973, c S-1 ; *Sale of Goods Act*, RSNS 1989, c. 408. *Sale of Goods Act*, RSNWT 1988, c. S-2.; *Sale of Goods Act*, RSO 1990, c S-1. *Sale of Goods Act*, RSS 1978, c. S-1; *Sale of Goods Act*, RSNL 1990, c. S-6.; *Sale Of Goods Act*, RSNWT 1988, c. S-2.; *Sale of Goods Act*, RSY 2002, c. 198.

¹³¹ *Op. Cit.*, Note 118, p. 93.

¹³² FRIDMAN, G.H.L. *The Contract Law in Canada*, Toronto, Thomson/Carswell, 2006, p. 143.

Il importe de préciser que la possibilité que certains biens et services se qualifient de *necessaries* ne dépend pas seulement de la nature des biens et services en question, mais aussi du contexte. En effet, pour être qualifiés de *necessaries*, il faudra prouver que le mineur ne possédait pas avant la conclusion du contrat les biens et services qui en font l'objet :

Everything depends upon the social and economic position of the minor as well as upon what would be regarded as essential for life. Curiously enough, a car has been held not a necessary, even in these days, even as in Pyett v. Lampman where the car was used by the minor in the business of selling fish by which he earned a living¹³³.

À notre avis, on ne peut établir une correspondance quasi parfaite entre, d'une part, les *necessaries* de la common law et, d'autre part, les « besoins courants et ordinaires » de l'article 157 du *Code civil du Québec*. Le caractère « essentiel » ou « nécessaire à l'existence » sur lequel insistent les auteurs est peu compatible avec les mots « courants » et « ordinaires » qui se retrouvent à l'article 157 et semble plus limitatif. Outre la palette de biens et de services couverts, l'approche en matière de protection est aussi fort différente.

Si, avec Deleury et Goubau, on accepte que la fonction première de l'article 157 C.c.Q. est d'éviter qu'un mineur ne subisse de discrimination lorsqu'il désire contracter pour ses besoins courants et ordinaires¹³⁴, on constate que celle du concept de « *necessaries* » retire plutôt au mineur le droit de désavouer le contrat à son gré, droit autrement reconnu par la common law pour tous les autres contrats que le mineur pourrait conclure. On retiendra qu'en droit civil, tous les contrats conclus par le mineur pourront être contestés, y compris ceux qui portent sur les besoins courants, mais uniquement sur la base de la lésion (Art. 163 C.c.Q.).

4.2.4 Nullité pure et simple (void contracts)

Plusieurs considèrent qu'il existe en common law, relativement aux contrats conclus par les mineurs, une théorie des void contracts, c'est-à-dire des contrats qui sont résolument nuls, sans possibilité de ratification par le mineur ni nécessité pour le mineur d'avoir à soulever quelque autre cause de répudiation s'il veut en éviter les effets.

Aux yeux de certaines autorités, l'existence de tels *void contracts* ne fait aucun doute et les règles qui s'y rapportent trouvent application dans un éventail de circonstances relativement large. Dans cette optique, pour être contraignants, tous les types de contrats conclus par des mineurs doivent répondre à une exigence fondamentale : avantager le mineur (*infant's benefit*). La règle s'applique sans aucune prise en considération du fait que le contrat vise ou non la fourniture des choses nécessaires à l'existence.

Le *Canadian Encyclopedic Digest*, dans son résumé des règles encadrant la capacité de contracter des mineurs, témoigne de cette vision : « *Any contract that is not for the infant's benefit is void. An infant's contract containing stipulations disadvantageous to him or her is void, as is a release of an infant's rights¹³⁵.* »

¹³³ *Op. Cit.*, Note 133, p. 142.

¹³⁴ DELEURY, Édith et Dominique GOUBAU. *Le droit des personnes physiques*, Cowansville, Yvon Blais, 4e édition, 2008, paragr.487.

¹³⁵ *Canadian Encyclopedic Digest*, Children - chap. III.4, Toronto, Carswell, paragr. 551, [Westlaw]

Pour d'autres, l'existence de tels *void contracts* demeure pour le moins controversée, et, le cas échéant, son application mérite assurément d'être plus circonscrite :

Whether there is category of void minors' contracts has been the subject of some controversy among textbook writers [...]. However two views have since appeared as to when a minor's contract will be void. According to one, this will occur only when the contract is prejudicial to the minor. According to the other, wider view, this will occur whenever the contract is not for the minor's benefit. This latter opinion seems too wide for the purposes of any such rule. Moreover it seems to conflict with cases which clearly indicate that a non-beneficial contract may still be capable of being ratified, or even of being valid unless and until repudiated. Hence, it is suggested, the category of void contracts (if required at all, which is debatable) ought to be restricted to those which are clearly prejudicial to the best interests of the minor, and not simply lacking in any benefit to him¹³⁶.

Il est intéressant de noter que la conception plus restrictive du test permettant de qualifier un contrat de *void* fait curieusement écho aux dispositions du *Code civil du Québec* portant sur la lésion¹³⁷, quoique les deux notions demeurent complètement autonomes.

4.2.5 Contrats nuls, sous réserve de ratification

Comme nous l'avons vu, le mineur n'a pas, en common law, la capacité pour contracter. Il en résulte que le contrat conclu avant l'âge de la majorité ne saurait, en principe, s'imposer à lui de manière contraignante.

Ainsi, à l'exception du contrat visant la fourniture des *necessaries*, la common law considère que, dans la plupart des cas, le contrat conclu par le mineur n'a pas d'effet contraignant, à moins que le mineur ne ratifie l'acte une fois devenu majeur¹³⁸.

La ratification peut découler d'un acte formel, comme elle peut se déduire implicitement des circonstances¹³⁹.

4.2.6 Contrats contraignants, sous réserve de répudiation

En common law, les contrats à exécution successive obéissent, en matière de contrats conclus par des mineurs, à des règles différentes. Ces contrats, comme les autres, sont annulables par voie de désaveu; le désaveu de ce type de contrat est toutefois soumis à un mécanisme particulier, que la common law appelle « répudiation ». Comme l'explique McDougall :

If, however, the contract is an ongoing type agreement (such as a rental contract or a partnership contract) that was entered into when the person was a child, the person

¹³⁶ *Op. Cit.*, Note 132, p. 150.

¹³⁷ Art. 163 et 1406 C.c.Q.

¹³⁸ *Op. Cit.*, Note 118, p. 95.

¹³⁹ *Canadian Encyclopedic Digest*, Children - chap. III.9, Toronto, Carswell, paragr. 551, [Westlaw] paragr. 564.

¹⁴⁰ MACDOUGALL, Bruce. *Introduction to contracts*, Markham (Ontario), LexisNexis, 2007, p. 171.

*needs to repudiate the contract in a reasonable time after coming into the age of majority, or the contract will be held to be holding*¹⁴⁰.

La common law ne permet toutefois pas toujours la répudiation du contrat conclu par le mineur. Lorsque les obligations qui étaient les siennes en vertu du contrat ont été exécutées par l'autre partie, le mineur ne pourra répudier ce contrat s'il en a tiré un « avantage réel¹⁴¹ »

4.2.7 Problématique de la restitution des prestations

Dans un système de common law, les modalités entourant la restitution des prestations s'avèrent parfois épineuses, puisque les règles qui la gouvernent ne sont pas codifiées – un texte législatif cohérent et structuré assoirait ici quelques certitudes.

Cette difficulté est exacerbée par le fait que le mineur possède une grande discrétion pour décider s'il désavoue le contrat ou non; les tribunaux sont donc souvent tentés de rechercher une solution pratique pour toutes les parties plutôt que d'établir le droit.

Au gré des litiges qui leur ont été soumis, les tribunaux ont donc essayé d'apporter des solutions aussi équitables que possible aux problèmes que soulève la restitution des prestations.

Parce qu'elle résume bien les principes applicables en la matière, il est utile de citer la décision du *King's Bench of Manitoba* dans *Sturgeon c. Starr*. Le mineur ayant fait défaut de paiement sur la motocyclette qu'il avait achetée, le vendeur introduit une action pour en reprendre possession. Le tribunal conclut :

*If an infant pays money without valuable consideration he can get it back; and if he pays money for valuable consideration he may also recover it; but subject to the condition that he can restore the other party to his former position*¹⁴².

Il ressort de cette décision que le concept de « valuable consideration » occupe une place centrale dans la solution que propose le tribunal, tout comme la possibilité pour le mineur de remettre son cocontractant en état. Le professeur Poirier explique par ailleurs que cette solution pragmatique des tribunaux canadiens s'inscrit en faux par rapport à la position traditionnelle de la common law :

Selon la common law originelle, un mineur n'était pas obligé de restituer les avantages reçus en vertu du contrat qui n'avait pas de force exécutoire contre lui. Aux États-Unis, les tribunaux américains sont restés plus proches de la common law originelle et les mineurs peuvent insister pour que l'argent versé en contrepartie des biens achetés leur soit rendus même s'ils ont consommé, utilisé ou détruit ces biens.

¹⁴¹ *Canadian Encyclopedic Digest*, Children - chap. III.10, Toronto, Carswell, paragr. 551, [Westlaw] paragr. 568.

¹⁴² *Sturgeon v. Starr* (1911), 17 W.L.R.402, 1911 CarswellMan64 (Man.K.B.)¹⁴³ POIRIER, Donald. *Les personnes physiques et les incapacités*, Cowansville, Yvon Blais (coll. « La common law en poche »), 1997, p. 96.

La nécessité de protéger le cocontractant adulte contre l'injustice a conduit les tribunaux canadiens à refuser tout redressement au mineur qui ne peut pas restituer les avantages qui lui ont été transférés en vertu du contrat¹⁴³.

4.2.8 Conséquences d'une fausse déclaration du mineur quant à son âge

Il peut évidemment arriver qu'un mineur, désirant absolument obtenir un bien ou un service que son cocontractant hésiterait à vendre à un mineur, prétende tout simplement être majeur. Dans un tel cas, il pourrait bien devoir assumer les conséquences de sa tromperie, à condition d'avoir joué plus qu'un rôle passif. Mais comme le souligne le *Canadian Encyclopedic Digest*, la perte de la protection généralement accordée au mineur découle alors de l'*equity*, et non des règles de la common law relatives aux contrats :

When an infant has induced persons to deal with him or her by falsely representing himself or herself as of full age, he or she incurs an obligation in equity which, however, in the case of a contract, is not an obligation to perform the contract, and must be distinguished from it. In order to establish equitable liability, it must be shown that the infant actually represented himself or herself to be of full age and that the representation actually misled the person to whom it was made. There must be some active conduct on the part of the infant. Merely allowing another person to deal with him or her as if he or she were an adult or doing acts which only an adult can properly do is not sufficient¹⁴⁴.

4.2.9 Responsabilité des parents

Intuitivement, plusieurs pourraient être portés à croire que les parents sont, de manière générale, personnellement responsables des contrats conclus par leur enfant. Comme nous l'avons vu, ce n'est pas ce que conclut la jurisprudence en droit québécois, qui établit clairement une distinction entre les responsabilités et le patrimoine propre de l'enfant et ceux de ses parents¹⁴⁵.

Sur ce point, il y a un parallèle à tracer entre droit québécois et common law. En effet, la common law retient, tout comme le droit québécois, le principe voulant que les parents ne sont pas plus responsables, à priori, des obligations contractuelles de leur enfant qu'un pur étranger¹⁴⁶. Mais là s'arrête la comparaison. La common law établit en effet que la relation de proximité particulière entre un parent et son enfant fait en sorte qu'il y a tout de même lieu d'établir une présomption, réfragable, à l'effet que le parent, s'il avait connaissance du fait que son enfant contractait des obligations, a approuvé la conclusion du contrat par son enfant¹⁴⁷.

Comme le souligne Fridman, il reste préférable pour le cocontractant de faire intervenir le parent à titre de partie au contrat pour éviter, en cas de non-respect par le mineur de ses obligations, d'avoir à démêler les règles de la common law sur la responsabilité ou les obligations qui peuvent ou ne peuvent être imputées aux parents :

¹⁴⁴ *Op. Cit.*, Note 139, - chap. III.4, Toronto, Carswell, paragr. 559.

¹⁴⁵ *Clinique dentaire Lafrenière & St-Pierre c. McLean*, 2003 CanLII 49466 (QC C.Q.).

¹⁴⁶ *Op. Cit.*, Note 139, - chap. III.2, Toronto, Carswell, paragr. 543. ¹⁴⁷ *Op. Cit.*, Note 139, - chap. III.2, Toronto, Carswell, paragr. 543.

All these problems are avoided if the adult contracting with a minor finds an adult who will undertake primary, not secondary liability on behalf of the minor, for example, by becoming a party to the contract between the adult and the minor¹⁴⁸.

4.3 Cas particulier de la Colombie-Britannique

En Colombie-Britannique, la capacité de contracter des mineurs est encadrée par le *Infants Act*¹⁴⁹. En ce sens, la Colombie-Britannique se distingue des autres provinces canadiennes (à l'exception du Québec) en prévoyant des règles qui découlent essentiellement d'une loi particulière, plutôt que de la common law.

4.3.1 Principes

En vertu du *Infants Act*, le contrat fait par un mineur ne lui est pas, en principe, opposable¹⁵⁰. Le contrat conclu par un mineur ne pourra être invoqué contre lui que dans l'une des conditions suivantes :

- le contrat est considéré comme ayant force obligatoire par une loi;
- le contrat a été ratifié par la personne y étant partie, une fois celle-ci devenue majeure;
- le contrat a été exécuté (partiellement ou entièrement) par la personne l'ayant contracté lorsqu'elle était mineure, dans l'année suivant l'atteinte de sa majorité; le contrat n'a pas été répudié par la personne l'ayant contracté lorsqu'elle était mineure, dans l'année suivant l'atteinte de sa majorité¹⁵¹.

À moins que l'une de ces conditions soit remplie, le contrat ne pourra pas être invoqué contre la personne qui l'a conclu lorsqu'elle était mineure. Ces règles sont, clairement, édictées de manière à favoriser les intérêts du mineur, et non pas à protéger son cocontractant adulte. Le mineur pourra généralement pour sa part, en dépit de ce qui précède, opposer le contrat à son cocontractant adulte¹⁵².

Le cocontractant adulte peut, par avis écrit, demander au signataire du contrat, dans l'année qui suit l'atteinte de sa majorité, qu'il répudie ou ratifie leur contrat¹⁵³. À défaut pour celui qui reçoit une telle demande de s'exécuter dans un délai de 60 jours, le contrat est automatiquement répudié¹⁵⁴.

¹⁴⁸ FRIDMAN, G.H.L. *The Contract Law in Canada*, Toronto, Thomson/Carswell, 2006, p. 156.

¹⁴⁹ *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁵⁰ Art. 19, *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁵¹ *Op. Cit.*, Note 149.

¹⁵² Art. 19 (2), *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁵³ Art. 26 (1), *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁵⁴ Art. 26 (2), *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

4.3.2 Pouvoirs du tribunal

Lorsqu'un contrat ne peut, pour cause de nullité, avoir force obligatoire à l'endroit du mineur, le mineur lui-même (ou toute autre partie au contrat si l'enfant a répudié le contrat ou refuse de l'exécuter) peut demander au tribunal d'ordonner des mesures particulières pour résoudre, le cas échéant, l'impasse dans laquelle se trouvent les parties¹⁵⁵. Le tribunal peut alors émettre toutes sortes d'ordonnances, telles que le paiement d'une somme compensatoire ou la remise d'un bien¹⁵⁶.

Dans sa décision, le tribunal tient compte du contexte ayant mené à la conclusion du contrat, de son objet et de sa nature, de la valeur du bien visé au contrat, de l'âge de l'enfant, du fait que l'enfant ait ou non fait de fausses représentations quant à son âge, etc.¹⁵⁷

4.3.3 Ordonnance visant à accorder la capacité de contracter à un mineur

En Colombie-Britannique, il est possible pour un enfant ou pour une personne agissant en son nom de demander au *Public Guardian and Trustee* d'accorder la capacité de contracter à un mineur, que ce soit pour un contrat à venir ou pour ratifier un contrat déjà conclu¹⁵⁸. Pour ce faire, la personne qui requiert une telle reconnaissance devra démontrer que le contrat en question est favorable à l'intérêt de l'enfant, considérant notamment la nature du contrat, son objet et ses termes, l'âge de l'enfant et l'opinion de ses parents¹⁵⁹.

Si le *Public Guardian and Trustee* refuse d'accorder la capacité de contracter à un mineur, il demeure possible de faire au tribunal cette même demande¹⁶⁰.

4.4 Problématiques de juridiction fédérale

Les questions de capacité de contracter des mineurs relèvent des provinces. Ce seront ces règles qui trouveront à s'appliquer lorsqu'un mineur contractera, peu importe si son cocontractant exerce par ailleurs une activité qui relève d'un champ de compétence exclusif du gouvernement fédéral en vertu de la constitution canadienne.

Il n'en demeure pas moins que les encadrements du gouvernement fédéral pourraient prévoir des règles particulières qui s'appliqueraient aux contrats conclus par des mineurs dans ces sphères d'activité qui relèvent de ses compétences. Comme certains de ces domaines d'activité présentent pour les jeunes un intérêt particulier, examinons rapidement les problématiques qui

¹⁵⁵ Art. 20, *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁵⁶ Art. 20 (2), *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁵⁷ Art. 20 (3), *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁵⁸ Art. 22 (1), *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁵⁹ Art. 22 (2), *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁶⁰ Art. 22 (5), *Infants Act*, RSBC 1996, c. 223.

¹⁶¹ Un fournisseur de service de téléphonie, Videotron, explique le système de facturation : « Les lignes 1 900 offrent des services dont le coût est essentiellement déterminé par le prestataire du service. Videotron agit seulement comme transporteur de l'appel et agent perceuteur. » Videotron. Numéros 1 900 et 1 976. [En ligne] <http://soutien.videotron.com/residentiel/facturation/telephonie/numeros-1-900-1-976> (consulté le 11 avril 2011),

peuvent s'y soulever afin de voir comment des encadrements spécifiques pourraient trouver, le cas échéant, à modifier les règles que nous avons relevées précédemment.

4.4.1 Frais 900

Nous avons évoqué dans la première section de ce rapport qu'il arrive assez fréquemment que des enfants ou des adolescents composent des numéros 900 (ou 976), et engagent ainsi par le biais de ces appels tarifés, à l'insu de leurs parents, des frais importants qui seront portés sur la facture mensuelle du titulaire du service de téléphonie à partir duquel l'appel a été logé¹⁶¹. Ce n'est qu'une fois qu'il reçoit sa facture mensuelle de téléphone que le titulaire du compte, bien souvent le parent, se rend compte de l'existence et du montant de la dépense.

Comme nous le mentionnons plus haut, bon nombre de sites Web qui s'adressent aux enfants utilisent la technologie 900 comme mode de paiement. Pour participer à un jeu en ligne, l'enfant sera, par exemple, invité à composer un numéro de téléphone pour acheter une certaine quantité de jetons virtuels. Plusieurs émissions de télévision qui invitent à participer à des concours (Call-TV) ou à voter (Star Académie) utilisent aussi ce mode de paiement.

Sur le plan strictement juridique, il convient de préciser que c'est le mineur qui compose l'appel qui contracte directement avec le fournisseur de contenu 900, même si c'est le parent qui reçoit la facture par l'entremise de son fournisseur de téléphonie.

Le CRTC encadre heureusement la facturation de frais 900 aux consommateurs, qui bénéficient de certaines garanties et recours relativement à l'imposition de ces frais¹⁶². Les règles édictées par le CRTC prévoient que le fournisseur de contenu doit mentionner au début de l'appel que des frais seront imposés. La facture sur laquelle sont portés les frais 900 doit expliquer en détail ces frais et préciser l'heure, la date et la durée de l'appel. Par ailleurs, il est interdit aux fournisseurs de contenu 900 d'offrir des services qui comportent, dans le but de prolonger la durée de l'appel afin d'augmenter les frais facturés aux consommateurs, des messages répétitifs, de longues mises en attente, du verbiage, ou de longs processus de téléchargement.

La mesure de protection du consommateur demeure toutefois le droit du consommateur de voir les frais 900 qui lui sont facturés intégralement annulés (par le fournisseur de contenu aussi bien que par le fournisseur de service de téléphonie) la première fois qu'il les conteste raisonnablement. Le fait qu'un mineur ait conclu le contrat pourra sans mal être invoqué comme constituant un motif raisonnable de contestation.

Cela étant dit, outre ces considérations pratiques, il faut remarquer que la facturation de frais 900 sur l'état de compte périodique du parent, alors que c'est son enfant qui les engage sans son consentement, soulève d'intéressantes questions juridiques.

En effet, doit-on considérer que c'est l'enfant, plutôt que le parent, qui est partie au contrat avec le fournisseur de contenu 900 (par exemple, un système de vote automatisé pour une émission de télé-réalité)? Si tel est le cas, comment l'enfant peut-il engager la responsabilité de ses parents auprès de leur fournisseur téléphonique, alors qu'ils ne sont même pas partie au contrat entre lui et le fournisseur de contenu 900?

¹⁶² Voir à ce sujet la décision CRTC 2005-19, [En ligne], <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2005/dt2005-19.htm> (consulté le 14 avril 2011), laquelle détermine et explique les garanties offertes aux consommateurs dont nous faisons mention.

Il faut toutefois garder à l'esprit que les appels 900 sont facturés directement au titulaire de la ligne téléphonique à partir de laquelle l'appel a été fait et que le titulaire est responsable (comme pour les interurbains) de tous les appels faits à partir de sa ligne. Si un invité (ou, au demeurant, un voleur qui serait entré par effraction) effectuait un appel interurbain, le titulaire du compte en serait tenu responsable. La règle est-elle la même si l'appel est fait en vue (ou a pour effet) d'obtenir un service d'un tiers avec lequel (contrairement au service d'interurbain) le titulaire n'a pas d'entente?

Si un tel appel vers des services 900 est fait par une personne mineure, pourrait-on soutenir que les parents sont forcément responsables, du seul fait qu'ils avaient le devoir de surveiller suffisamment leur enfant pour éviter une telle dépense?

Dans l'hypothèse où la responsabilité des parents devait être retenue, faudrait-il envisager que le seul recours offert aux parents pour récupérer leur argent soit de poursuivre leur propre enfant?

On voit donc que, juridiquement parlant, cette situation n'est pas des plus simples. Nous ne prétendons pas apporter ici de réponse à ces questions. À tout le moins, nous insistons sur le fait qu'elles méritent d'être posées.

Comme méritera de l'être celle qui porterait sur un service 900 qui est interdit aux moins de 18 ans et qui aura été contracté par un mineur... qui pourrait par contre être réglée plus simplement et plus efficacement que par le droit à l'annulation des frais - une première fois, "pour motifs raisonnables" - en interdisant carrément aux fournisseurs de contenu 900 d'offrir tout service destiné principalement aux mineurs et que tous ces contrats soient automatiquement inopposables aux mineurs (ou à leurs parents qu'ils auraient engagés par ce biais).

4.4.2 Services de messagerie texte payants (SMS Premium)

Nous avons traité, ailleurs dans ce rapport, du fait que certaines entreprises peu scrupuleuses mettent en œuvre divers stratagèmes pour amener les consommateurs à dévoiler leur numéro de téléphone cellulaire en vue de forcer l'abonnement à un service de messagerie texte payant (aussi appelés « SMS Premium »)¹⁶³. Évidemment, les mineurs ne sont pas à l'abri de telles pratiques douteuses, ayant souvent à leur disposition leur propre téléphone cellulaire. Les « appâts » utilisés pour amener les consommateurs à dévoiler un numéro de cellulaire sont bien souvent, d'ailleurs, conçus de manière à toucher particulièrement cette clientèle.

Tant qu'un message « STOP » ou « ARRÊT » n'est pas envoyé en réponse à de tels messages textes payants, l'abonnement demeure actif et les frais continuent de s'accumuler – les messages étant facturés à l'unité.

¹⁶³ DUCHESNEAU, Pierre. « 'Textos' payants: un encadrement, et vite, réclame l'Union », Protégez-vous, 30 janvier 2009, [En ligne], <http://www.protegez-vous.ca/les-nouvelles/2009-01/textos-payants-un-encadrement-et-vite-reclame-lunion.html> (consulté le 7 juin 2011). ; TISON, Marc. « Pièges à ados sur cellulaire », Technaute.ca, 3 avril 2006, [En ligne], <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/mobilite/200604/03/01-15404-pieges-a-ados-sur-cellulaire.php> (consulté le 6 janvier 2011). ; CHARRON, François. « Concours par SMS ou Textos sur Facebook et Internet: Attention! », [En ligne], <http://www.francoischarron.com/concours-par-sms-ou-textos-sur-facebook-et-internet-attention/-/x3GibBNI8E/menu/> (consulté le 6 janvier 2011).

Quels sont les recours juridiques offerts aux victimes de telles pratiques (mineurs ou pas)?

Tout d'abord, il convient rappeler que les entreprises de télécommunications n'ont pas pour pratique de contracter directement avec des mineurs. Lorsqu'un mineur détient un téléphone cellulaire pour son usage personnel, le véritable titulaire du compte est souvent un de ses parents; c'est lui qui sera, le cas échéant, responsable des frais engendrés par tout abonnement à un service de messagerie texte payant effectué par son enfant.

Par contre, c'est bel et bien le mineur qui, lorsqu'il fournit un numéro de téléphone mobile en contrepartie, par exemple, de la possibilité de participer à un concours contracte avec le fournisseur du service de messagerie texte payant.

Le parent se trouve donc dans une étrange situation : il doit assumer auprès de son fournisseur de téléphonie cellulaire des frais pour un contrat auquel il n'est pas partie (le contrat d'abonnement au service de messagerie texte payant, conclu par son enfant). En pratique, ce n'est que lorsqu'il reçoit sa facture mensuelle que le parent apprendra l'existence de cet abonnement et des frais qu'il serait maintenant tenu de payer.

Notons immédiatement que les services de messagerie texte payants ne sont pas soumis par le CRTC aux mêmes règles que les frais 1-900; il n'est pas possible d'obtenir l'annulation complète des frais liés à l'abonnement un service de messagerie texte payant sur la simple base d'une contestation raisonnable. S'il veut éviter une coupure de service ou une note négative à son dossier de crédit, le parent dont l'enfant s'est abonné à un service de messagerie texte payant se verra donc forcé de payer son fournisseur de téléphonie cellulaire.

En théorie, le parent pourrait, par la suite, entreprendre une poursuite civile devant les tribunaux contre l'entreprise ayant envoyé les messages texte payants. Au Québec, le parent aurait le choix d'agir en justice à titre personnel (étant subrogé dans les droits de son enfant) ou d'agir pour le compte de son enfant, à titre de tuteur. Il pourrait aussi entreprendre des recours contre le fournisseur de service de téléphonie, qu'il n'a jamais autorisé à accepter et à lui transférer des frais imposés par un tiers, le fournisseur de contenu – c'est en effet de celui qui contracte en vue d'obtenir du contenu que le fournisseur de messages texte accepte l'autorisation de facturer sur le compte de téléphonie.

Les motifs juridiques sur la base desquels pourrait reposer un recours judiciaire qui viserait à contester des frais imposés pour un tel contrat conclu par un mineur ne manquent pas : vice de consentement, caractère lésionnaire du contrat, représentations fausses et trompeuses, etc. et, à l'encontre du fournisseur d'accès, un recours direct en vertu de la facturation sans droit d'un service fourni par un tiers sans l'autorisation du titulaire du compte.

Le problème est plus pratique, et c'est celui qui rend si problématique un si grand nombre de recours en matière de consommation : à moins que les frais facturés soient colossaux, les efforts requis pour mener à bien une poursuite devant les tribunaux et obtenir l'exécution du jugement (advenant une victoire) paraissent bien trop grands par rapport aux gains envisageables.

Cela étant dit, outre ces considérations pratiques, il faut remarquer que l'abonnement à un service de messages textes payants avec facturation sur l'état de compte périodique du parent, alors que c'est son enfant qui engage ces frais sans son consentement, soulève d'intéressantes questions juridiques.

Si certaines des mêmes questions se posent ici qui se posaient relativement aux services 900 (comment l'enfant peut-il engager la responsabilité de ses parents alors qu'ils ne sont même pas partie au contrat entre lui et le fournisseur de contenu texte? Si un tel abonnement est fait par une personne mineure, pourrait-on soutenir que les parents sont forcément responsables, du seul fait qu'ils avaient le devoir de surveiller suffisamment leur enfant pour éviter une telle dépense?), d'autres sont différentes et peut-être plus complexes encore.

Il faut toutefois garder à l'esprit que les abonnements aux messages texte payants ne sont pas facturés directement au titulaire de la ligne téléphonique à partir de laquelle l'appel a été fait – en effet, l'abonnement à ces services exige que celui qui s'y abonne fournisse un numéro de cellulaire, sur lequel appareil les messages texte seront expédiés et sur le compte duquel le service sera facturé. Le système d'abonnement aux messages texte payants nécessite en principe que l'appareil dont le numéro a été fourni pour réception des messages (et pour facturation) soit utilisé pour confirmer l'abonnement. Et c'est par le biais d'un contrat conclu non pas par le titulaire de la ligne téléphonique, nécessairement, mais bien par celui qui s'abonne au message texte que l'autorisation est donnée de facturer sur le compte qui est celui du titulaire. Peut-on raisonnablement présumer que le parent a donné l'autorisation à un tiers, du simple fait qu'il a un appareil à sa disposition, d'accepter en son nom que des services soient facturés sur son compte? Les parents engagent-ils leur responsabilité parce qu'ils devraient veiller à ce que leurs enfants ne concluent pas de telles ententes?

Dans l'hypothèse où la responsabilité des parents devait être retenue, faudrait-il ici encore envisager que le seul recours offert aux parents pour récupérer les sommes qu'ils auront dû payer à leur fournisseur de service téléphonique soit de poursuivre leur propre enfant?

On voit donc que, juridiquement parlant, cette situation n'est, encore une fois, pas des plus simples. Nous ne prétendons pas apporter ici de réponse à ces questions. À tout le moins, nous insistons sur le fait qu'elles méritent d'être posées.

Comme méritera de l'être celle qui porterait sur un service de messagerie texte qui est interdit aux moins de 18 ans et qui aura été contracté par un mineur...

5. Cadre juridique étranger

Dans cette section de notre rapport, nous passerons en revue quelques-unes des approches retenues à l'étranger en ce qui concerne la capacité de contracter des mineurs.

5.1 Pays de tradition anglo-saxonne

La common law est un système de droit hérité des Britanniques. Au même titre que les provinces canadiennes (hormis le Québec), bon nombre d'anciennes colonies britanniques telles que les États-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et l'Irlande utilisent encore la common law comme principal système de droit¹⁶⁴.

En conséquence, les règles dont nous avons traité dans notre présentation du cadre juridique canadien s'appliquent, à quelques détails près, à ces juridictions étrangères. À cet égard, le Royaume-Uni a adopté, en 1987, le *Minor's Contracts Act* afin d'apporter quelques précisions sur certains aspects de la common law¹⁶⁵.

Certains de ces pays, dont l'Irlande, ont mis en branle des comités de révision des règles entourant la capacité de contracter des mineurs¹⁶⁶. Il semble par contre que l'approche de ces comités fut essentiellement d'apporter des améliorations bien ciblées aux règles élaborées par la common law, plutôt que les remettre complètement en question.

Enfin, il faut noter que la question de la capacité de contracter des mineurs peut parfois se poser différemment d'un pays à l'autre, compte tenu des enjeux propres à chaque pays.

5.2 France

On ne s'étonnera pas de constater les similitudes entre les règles qui régissent la capacité de contracter des mineurs de la France et celles du Québec, le *Code civil du Bas-Canada* (l'ancêtre du *Code civil du Québec*¹⁶⁷) s'étant largement inspiré en 1866 du *Code civil des Français* (aussi appelé Code Napoléon). Le Code français établit les notions de lésion, de nullité relative, de nullité absolue, etc. lorsqu'il est question de la capacité de contracter des mineurs¹⁶⁸.

Par contre, l'approche préconisée par le *Code civil des Français* diffère de celle retenue par le *Code civil du Québec* sous plusieurs aspects.

¹⁶⁴ Pour une introduction d'ordre général à la common law, voir : « Common Law » dans Wikipedia (version anglaise), [En ligne], http://en.wikipedia.org/wiki/Common_law (consulté le 28 juin 2010).

¹⁶⁵ *Minors' Contracts Act 1987*, c. 13. Peut être consulté en ligne :

<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1987/13> (page consultée le 19 juin 2011).

¹⁶⁶ (IRLANDE) LAW REFORM COMMISSION. *Report on Minor's Contracts*, 1985, [En ligne], [http://www.lawreform.ie/fileupload/Reports/rMinors%27Contracts\(1\).pdf](http://www.lawreform.ie/fileupload/Reports/rMinors%27Contracts(1).pdf) (consulté le 20/08/2010).

¹⁶⁷ Le Code civil du Québec qui a remplacé en 1994 le *Code civil du Bas-Canada* n'a pas apporté de modification substantielle au cadre juridique du droit de contracter des mineurs.

¹⁶⁸ BÉNABENT, Alain. *Droit civil : Les obligations*, Paris, Montchrestien, 2007, p. 31-32.

Premièrement, le code français affirme clairement et sans détour que le mineur non émancipé est frappé d'une incapacité générale d'exercice, ce qui contraste avec les articles 155 et 157 du *Code civil du Québec* qui, comme nous l'avons vu, préfèrent laisser la porte entrouverte à ce sujet¹⁶⁹.

En principe, « *l'incapacité du mineur est une incapacité totale d'exercice qui requiert la mise en place par le législateur d'un régime de représentation constante du mineur dans tous les actes de la vie civile*¹⁷⁰. » Le Code français module par contre des exceptions au principe voulant que le mineur soit incapable de contracter seul, en fonction d'une typologie d'actes juridiques qui n'a pas son équivalent en droit québécois.

En effet, en droit français, il convient de distinguer différents types d'actes juridiques pour cerner la réelle sphère d'autonomie du mineur¹⁷¹. C'est ce qu'illustre le tableau suivant :

Tableau 1
Types d'actes juridiques

Types d'actes juridiques	Type de nullité	Nécessité de démontrer la lésion
Actes de la vie courante	Relative	Oui
Actes de conservation et d'administration	Relative	Oui
Actes de disposition	Relative	Non
Actes graves	Relative	Non
Actes interdits	Absolue	Non

Les actes de la vie courante comprennent, par exemple, les achats de tous les jours, que ce soit l'achat de nourriture, de vêtements, de soins personnels, etc¹⁷². C'est la catégorie d'actes la plus pertinente aux fins de notre recherche, étant donné que la plupart des contrats conclus par des mineurs dans un contexte de consommation pourraient se qualifier « d'actes de la vie courante » en droit français.

Les actes de conservation et d'administration concernent les contrats relatifs à l'entretien des biens et à leur gestion courante (on pourrait penser ici, par exemple, à un contrat de réparation du toit d'une maison)¹⁷³. Les actes de disposition, quant à eux, vise principalement les cas où le mineur vend un bien autre qu'un meuble courant ainsi que les contrats qui engagent autrement ses biens (par le biais d'une hypothèque, par exemple)¹⁷⁴. Les actes graves sont des actes susceptibles d'appauvrir fortement le patrimoine du mineur : emprunts, renonciation à un droit,

¹⁶⁹ On rappellera que le Code civil du Québec prévoit :

155. Le mineur exerce ses droits civils dans la seule mesure prévue par la loi.

157. Le mineur peut, compte tenu de son âge et de son discernement, contracter seul pour satisfaire ses besoins ordinaires et usuels.

¹⁷⁰ Université Robert Schuman, Droit de la Famille, Strasbourg. [En ligne] <http://www-cdpf.u-strasbg.fr/Incmintluxbrg.htm> (page consultée le 19 juin 2011).

¹⁷¹ Les informations présentées au tableau suivant sont tirées de BÉNABENT, Alain. *Droit civil : Les obligations*, Paris, Montchrestien, 2007, pp. 31-32.

¹⁷² BÉNABENT, Alain. *Droit civil : Les obligations*, Paris, Montchrestien, 2007, p. 31.

¹⁷³ *Op. Cit.*, Note 172.

¹⁷⁴ *Op. Cit.*, Note 172, p. 32.

aliénation d'immeuble, etc¹⁷⁵. Enfin, les actes interdits sont les actes pour lesquels le mineur est carrément frappé d'une incapacité de jouissance, c'est-à-dire que personne n'est autorisé même à poser ces actes au nom du mineur (par exemple, accorder un cautionnement qui présenterait le risque de dépouiller le mineur¹⁷⁶).

Là où le droit français rejoint le droit québécois, c'est dans la portée et l'usage de cette déclaration d'incapacité :

[...] l'incapacité contractuelle du mineur n'est qu'une incapacité de protection, une incapacité édictée pour le protéger, non pour le brider. La Cour de cassation a par deux arrêts, les 18 juin 1844 et 25 mars 1861, rappelé que l'incapacité du mineur n'est pas de contracter, mais de se léser. Seuls le mineur et ses parents peuvent se prévaloir de cette incapacité, pour faire annuler une transaction où le contractant aurait abusé de la minorité de l'enfant.

En outre, l'incapacité du mineur se limite « aux actes de disposition et aux actes d'administration qui causeraient un préjudice pécuniaire ».

Le mineur capable de discernement peut valablement accomplir seul les actes de la vie courante [...]. L'incapacité contractuelle du mineur n'étant édictée que dans le but de le protéger, elle ne doit pas l'empêcher de contracter valablement dans de multiples situations courantes de la vie quotidienne : au supermarché, chez le disquaire, dans la boutique d'informatique. [...] Un mineur doit pouvoir accomplir les actes autorisés par l'usage. S'il devait se munir de l'autorisation préalable sous seing privé de son père et sa mère à chacun de ses pas, la vie quotidienne deviendrait impossible, autant pour l'enfant que pour les parents¹⁷⁷.

5.3 Russie

Le *Code civil de la Fédération de Russie* propose un découpage de la capacité du mineur à contracter qui est assez intéressant. En vertu du droit russe, il faut distinguer le cas du mineur âgé de 6 à 14 ans du cas du mineur âgé entre 14 et 18 ans¹⁷⁸.

En ce qui concerne les enfants de 6 à 14 ans, le Code civil russe considère, en règle générale, qu'ils n'ont pas la capacité requise pour contracter¹⁷⁹. Ce principe est toutefois soumis à quelques exceptions. En effet, malgré l'incapacité de principe des mineurs de 6 à 14 ans, le Code civil russe prévoit les exceptions suivantes :

2. Les enfants de 6 à 14 ans peuvent conclure de manière indépendante :
 - 1) les petites conventions de la vie courante;

¹⁷⁵ *Op. Cit.*, Note 172, p. 32.

¹⁷⁶ *Op. Cit.*, Note 172, p. 32.

¹⁷⁷ BARDOUT, Jean-Claude, magistrat. Interdit d'association. Troisième préjugé. Le faux argument de l'incapacité contractuelle. 19 novembre 2006. [En ligne] <http://associationdemineurs.blog.lemonde.fr/2006/11/19/troisieme-prejuge-le-faux-argument-de-lincapacite-contractuelle/> (consulté le 19 juin 2011).

¹⁷⁸ *Code civil de la Fédération de Russie*, trad. KITIC, Dusan, KRIEF-SEMITKO, Catherine et LEGEAIS, Chasseneuil Cedex (France), Juriscope, 2005, art. 26 et 28.

¹⁷⁹ *Op. Cit.*, Note 180, (1).

- 2) *les conventions qui permettent d'obtenir un avantage à titre gratuit et qui n'exigent ni l'intervention d'un notaire, ni un enregistrement public;*
- 3) *les conventions pour disposer des moyens accordés par le représentant légal ou, avec l'accord de celui-ci, par un tiers, pour la réalisation de certains buts ou pour une libre disposition*¹⁸⁰.

Contrairement à la solution qui prévaut en droit québécois et canadien, le Code civil russe énonce clairement que les parents sont responsables des contrats que leur enfant (âgé de 6 à 14 ans) a conclus de manière indépendante, sauf s'ils démontrent que la violation de l'obligation s'est produite sans aucune faute de leur part¹⁸¹.

Quant aux mineurs âgés entre 14 et 18 ans, le Code civil russe prévoit qu'ils peuvent, en principe, conclure des contrats moyennant l'accord écrit de leurs parents¹⁸². L'accord des parents donné ultérieurement par écrit entraîne les mêmes effets juridiques¹⁸³. Exceptionnellement, les mineurs de 14 à 18 ans peuvent conclure des contrats sans l'accord de leurs parents pour :

- 1) disposer de leurs salaires, bourses et autres revenus;
- 2) utiliser les droits d'auteur provenant d'une découverte scientifique, d'œuvres littéraires ou artistiques, d'une invention ou d'un autre résultat de l'activité intellectuelle protégé par la loi;
- 3) en se conformant à la loi, faire des dépôts dans les établissements financiers et en disposer;
- 4) passer les petites conventions de la vie courante et les autres conventions prévues au point 2 de l'article 28 du Code¹⁸⁴.

Le Code civil russe prévoit également que les mineurs âgés d'au moins seize ans peuvent être membres des coopératives conformément aux lois sur les coopératives¹⁸⁵. En ce qui concerne la responsabilité des contrats conclus par les mineurs âgés entre 14 et 18 ans, le Code civil russe considère, à l'instar du droit québécois, que les mineurs en sont eux-mêmes responsables, plutôt qu'en imposer la responsabilité à leurs parents¹⁸⁶.

5.4 Allemagne

À l'instar de la France et du Québec, l'Allemagne est un pays de droit codifié. Les règles entourant la capacité de contracter des mineurs sont édictées au Code civil allemand (*Bürgerliches Gesetzbuch*, souvent abrégé BGB).

En vertu du BGB, les enfants de moins de 7 ans sont placés dans une situation d'incapacité de contracter totale¹⁸⁷. Ce n'est qu'à partir de l'âge de 7 ans que le mineur pourra bénéficier d'une forme de capacité restreinte à conclure des actes juridiques¹⁸⁸.

¹⁸⁰ *Op. Cit.*, Note 180, art. 28 (2).

¹⁸¹ *Op. Cit.*, Note 180, art. 28 (3).

¹⁸² *Op. Cit.*, Note 180, art. 26 (1).

¹⁸³ *Op. Cit.*, Note 180, art. 26 (1) al. 2.

¹⁸⁴ *Op. Cit.*, Note 180, art. 26 (2).

¹⁸⁵ *Op. Cit.*, Note 180, art. 26 (2).

¹⁸⁶ *Op. Cit.*, Note 180, art. 26 (3).

¹⁸⁷ FERRAND, Frédérique. *Droit privé allemand*, Paris, Dalloz, 1997 p. 236.

À partir de cet âge, il importe de distinguer les actes que le mineur peut conclure seul, sans aucune autorisation et les actes requérant l'autorisation du représentant légal, soit généralement les parents.

Les seuls actes juridiques que les enfants âgés de 7 ans ou plus peuvent conclure seuls, sans autorisation préalable, sont ceux qui leur confèrent exclusivement un avantage juridique (le BGB parle bien ici d'un avantage « juridique », et non économique) ou les actes purement neutres¹⁸⁹. On pourrait citer comme exemple l'acquisition à titre gratuit d'un terrain.

Tous les autres actes juridiques passés par le mineur doivent faire l'objet d'une autorisation de son représentant légal¹⁹⁰. L'autorisation peut viser un acte bien précis, ou au contraire se rapporter à une série d'actes juridiques différents¹⁹¹. Toutefois, il demeure hors de question qu'un parent puisse donner, à l'avance, une autorisation globale et générale qui aurait pour effet d'accorder au mineur une capacité similaire à celle d'une personne majeure¹⁹².

L'autorisation accordée par le représentant légal du mineur peut être révoquée en tout temps tant que l'acte juridique envisagé n'a pas été conclu¹⁹³.

L'autorisation sera également considérée comme ayant été tacitement accordée lorsque le mineur utilise des ressources financières mises à sa disposition par ses parents pour exécuter une obligation¹⁹⁴. Concrètement, cela signifie que le droit allemand considère qu'il y a consentement parental lorsque ceux-ci laissent leur enfant mineur s'acheter divers biens et services avec l'argent de poche qu'ils lui ont donné.

Même si, en principe, l'autorisation du représentant légal de l'enfant doit être donnée avant la passation de l'acte juridique, il demeure possible pour le représentant de ratifier après coup l'acte juridique conclu seul par le mineur¹⁹⁵. L'acte se trouve dans un état d'inefficacité temporaire entre le moment il est conclu seul par le mineur et le moment où il reçoit la ratification du représentant légal¹⁹⁶.

Fait à noter : s'il ignorait l'état de minorité de son cocontractant lors de la conclusion du contrat, celui qui contracte avec un mineur est en droit de révoquer le contrat tant que celui-ci n'a pas été ratifié¹⁹⁷. Le cocontractant du mineur peut également, s'il estime utile de s'assurer de la validité juridique du contrat, solliciter la ratification de l'acte auprès du représentant légal du mineur¹⁹⁸. En pareil cas, si le représentant omet de répondre à cette demande dans les deux semaines suivant sa réception, le BGB considérera que le représentant refuse la ratification¹⁹⁹.

¹⁸⁸ *Op. Cit.*, Note 187, p. 237.

¹⁸⁹ *Op. Cit.*, Note 187, p. 237.

¹⁹⁰ *Op. Cit.*, Note 187, p. 238.

¹⁹¹ *Op. Cit.*, Note 187, p. 238.

¹⁹² *Op. Cit.*, Note 187, p. 238.

¹⁹³ *Op. Cit.*, Note 187, p. 238.

¹⁹⁴ *Op. Cit.*, Note 187, p. 239.

¹⁹⁵ *Op. Cit.*, Note 187, p. 239.

¹⁹⁶ *Op. Cit.*, Note 187, p. 239.

¹⁹⁷ *Op. Cit.*, Note 187, p. 240.

¹⁹⁸ *Op. Cit.*, Note 187, pp. 239-240.

¹⁹⁹ *Op. Cit.*, Note 187, p. 240.

6. Analyse des données recueillies

6.1 Objet et portée

Nous avons vu que les problématiques concernant les consommateurs mineurs sont nombreuses et complexes, particulièrement sur le plan juridique. À première vue, il y a quoi dérouter les parents, les commerçants et les mineurs eux-mêmes, de sorte qu'il aurait été dommage de mener une étude telle que la nôtre sans y inclure un volet empirique, afin de prendre le pouls des perceptions des acteurs impliqués.

Bien qu'il existe des recherches antérieures sur les jeunes et la consommation, force est de constater que ces recherches s'inscrivaient dans une tout autre optique (études marketing, sociologie de la famille, etc.) que la nôtre, située plutôt au carrefour des problématiques juridiques et de défense des droits des consommateurs.

Compte tenu du caractère relativement inédit de notre optique de recherche, l'objectif ultime de la cueillette de donnée à laquelle nous nous sommes livrés demeure, comme nous le verrons, de contribuer à une problématisation plus fine des dynamiques étudiées, et ce, malgré les conclusions strictement exploratoires que nous pourrons en tirer.

Si le chiffré présentés ici témoignent d'une certaine réalité et sont certainement révélateurs de plusieurs tendances sociologiques, le lecteur doit garder à l'esprit que les résultats de notre enquête ne décrivent pas nécessairement les problématiques étudiées avec une représentativité à toute épreuve.

6.2 Méthodologie

Nous avons effectué une cueillette de données auprès de trois groupes distincts en vue notamment de relever leurs perceptions des problématiques que sont susceptibles de présenter les contrats conclus avec des mineurs ainsi que les situations réelles auxquelles ils ont pu être confrontés. Ces groupes étaient constitués comme suit :

- les parents d'adolescents;
- les commerçants dont les affaires sont les plus susceptibles de concerner notre étude;
- les organismes gouvernementaux de protection du consommateur.

Les 3 questionnaires (voir annexes) ont été conçus à l'interne, quoique nous ayons eu préalablement l'occasion d'échanger au sujet de nos pistes de recherche avec Mme Marie J. Lachance, professeure au Département d'économie agroalimentaire et sciences de la consommation de l'Université Laval.

C'est notre enquête auprès de parents d'adolescent qui s'est avérée la plus fructueuse.

Nous avons récolté 220 réponses complètes (sur 265 répondants) à notre questionnaire Web destiné à des parents ayant au moins un enfant âgé entre 12 et 17 ans. Dans l'hypothèse où le répondant avait plus d'un enfant, nous lui demandions de répondre au questionnaire en ne tenant compte que de l'enfant dont le jour de l'anniversaire de naissance était le plus rapproché.

Les répondants étaient issus d'un échantillon de plusieurs milliers d'abonnés à la liste de diffusion d'Union des consommateurs et Québécois dans l'immense majorité²⁰⁰. L'invitation a été lancée en mars 2011 à l'ensemble des abonnés de cette liste.

Au sujet de la représentativité de notre échantillon, deux remarques s'imposent :

Premièrement, compte tenu du caractère exploratoire de notre démarche, il ne nous a pas paru nécessaire de recourir à un échantillon probabiliste permettant le calcul de la marge d'erreur (d'autant plus que cette technique d'échantillonnage est de plus en plus délaissée par les firmes de sondage professionnelles au profit d'autres méthodes). Deuxièmement, même si la taille de notre échantillon (n = 220) est plus que convenable pour une étude exploratoire, il reste possible que les consommateurs interrogés manifestent une sensibilité et intérêt particulier, et peut-on le présumer, vigilance accrue face aux enjeux de consommation, étant abonnés à la liste d'envoi d'un organisme de défense des droits des consommateurs.

Nous avons également préparé un questionnaire en ligne destiné aux commerçants les plus susceptibles de conclure, avec des personnes mineures, des contrats soulevant des problématiques de protection du consommateur.

Nous avons contacté le département des communications d'entreprises qui nous semblaient susceptibles d'être touchées par les problématiques sur lesquelles porte notre étude, dans l'intention d'obtenir des renseignements à propos des politiques de l'entreprise relatives aux contrats avec des mineurs.

Nous avons approché les entreprises faisant figure de leaders dans six secteurs-clés qui font partie de ceux avec lesquelles font affaire les mineurs :

- télécommunications;
- ameublement;
- articles de sports;
- produits électroniques;
- réparations automobiles;
- institutions financières.

La participation à l'étude était encadrée par une politique relative à la protection des renseignements personnels et au respect de la confidentialité, qui accompagnait l'invitation à répondre à notre questionnaire et que les entreprises ont eu l'occasion de lire avant de répondre. L'entente de confidentialité prévoyait que les noms des entreprises ayant accepté ou refusé de participer à notre étude ne seraient pas dévoilés.

Une vingtaine d'entreprises ont été approchées au cours des mois de février et mars 2011 – des chaînes ayant toutes plusieurs succursales. Malheureusement, les commerçants se sont montrés peu enclins à participer à notre étude, malgré tous nos efforts. Nous nous attarderons plus loin sur les raisons possibles de la faible participation des commerçants.

²⁰¹ On peut émettre l'hypothèse que le désir des répondants de fournir « la bonne réponse » peut avoir influencé nos résultats, étant donné l'optique évidente de notre recherche. Il serait donc intéressant de confronter les données obtenues par le biais des parents en demandant aux adolescents eux-mêmes s'ils discutent de finances personnelles avec leurs parents.

Enfin, nous avons également contacté la majeure partie (7) des organismes gouvernementaux de protection du consommateur au Canada pour les inviter à participer à notre étude. Trois de ces organismes ont répondu à notre appel et rempli le questionnaire en ligne. Composé de questions essentiellement ouvertes, le questionnaire visait à obtenir de l'information sur les plaintes reçues concernant les consommateurs mineurs, les campagnes d'information effectuées, etc.

6.3 Parents d'adolescents

Tout d'abord, on constate que les groupes d'âge sont distribués relativement uniformément chez les parents ayant répondu au questionnaire, l'écart le plus marqué étant entre les parents ayant un enfant de 12 ans (12,1 %) et ceux ayant un enfant de 17 ans (20,6 %). Plus de la moitié des répondants ont rempli le questionnaire en tenant compte d'un enfant de 15 ans et plus (53.3 %).

Tableau 2
Répartition répondants par groupes d'âge de leurs enfants

Êtes-vous parent d'au moins un enfant âgé entre 12 et 17 ans?	%
11 ans ou moins	1,0 %
12 ans	18,1 %
13 ans	15,1 %
14 ans	12,1 %
15 ans	14,6 %
16 ans	18,1 %
17 ans	20,6 %
18 ans ou plus	0,5 %

Cette relative uniformité a l'avantage de nous permettre d'affirmer que les résultats obtenus devraient, en principe, s'appliquer à tous les parents ayant un adolescent à la maison, peu importe son âge. Évidemment, il demeure possible que le croisement des réponses obtenues à certaines questions avec l'âge de l'adolescent révèle quelques disparités plus marquées en fonction de l'âge, mais cela devrait demeurer relativement rare.

Dans notre revue de la littérature, nous avons rapporté qu'en 2005, environ un adolescent sur cinq (21 %) avait un emploi rémunéré pendant qu'il fréquentait l'école à temps plein [Vanier]. Les données dans le cadre de notre enquête auprès des parents confirment cette tendance et, du moins dans le cas des parents que nous avons interrogés, vont même encore plus loin. En effet, 35 % des parents ayant participé à notre enquête affirment que leur adolescent gagne un revenu.

Il semblerait que les finances personnelles soient un sujet de discussion entre parents et adolescents chez 71,7 % des personnes que nous avons interrogées, en additionnant les personnes ayant répondu « beaucoup » ou « assez » :

Tableau 3
Proportion de parents discutant de finances personnelles
avec leur enfant, en fonction du degré

Discutez-vous de consommation ou de finances personnelles avec votre enfant?	%
Beaucoup	17,8 %
Assez	53,9 %
Peu	24,6 %
Pas du tout	3,7 %

À l'inverse, seulement 3,7 % des répondants ont affirmé ne pas parler du tout de finances personnelles avec leur enfant²⁰¹.

Par ailleurs, la plupart parents considèrent détenir un pouvoir d'influence sur les achats de leurs enfants, comme le montre ce tableau :

Tableau 4
Degré d'influence des parents sur les finances personnelles de leur enfant

Considérez-vous, en tant que parent, avoir de l'influence sur les choix de consommation de votre enfant?	%
Beaucoup	21,2 %
Assez	55,6 %
Peu	22,2 %
Pas du tout	1,1 %

Nous disons ici « considèrent », car notre évaluation du degré d'influence des parents repose sur leur propre perception de la chose. Il ne s'agit donc pas d'un indicateur objectif. Un découpage des données recueillies indique que le degré d'influence élevé diminuerait progressivement quand les enfants passent de 13 à 14 ans (environ de 29 % à 21 %), puis de 16 à 17 ans.

Tableau 5
Degré d'influence des parents sur les finances personnelles
de leur enfant par groupes d'âge

Âge / degré d'influence	11	12	13	14	15	16	17	18	total
Beaucoup	0 %	28,6 %	29,6 %	20,8 %	20,7 %	20,6 %	10,0 %	0 %	21,2 %
Assez	0 %	60,0 %	37,0 %	62,5 %	62,1 %	55,9 %	55,0 %	0 %	55,6 %
Peu	0 %	11,4 %	29,6 %	16,7 %	17,2 %	20,6 %	35,0 %	0 %	22,2 %
Pas du tout	0 %	0 %	3,7 %	0 %	0 %	2,9 %	0 %	0 %	1,1 %
Nb de réponses	2	35	27	24	29	34	40	0	189
Nb d'enfants	2	36	30	24	29	36	41	1	265
Pas de réponse	2	1	3	0	0	2	1	1	10

Aussi, au-delà de la simple influence, les parents n'hésitent pas à superviser directement les dépenses de leurs adolescents. C'est le cas chez 71,4 % des répondants, si on combine les parents ayant répondu « beaucoup » ou « assez » :

Tableau 6
Degré de supervision des parents envers les dépenses de leur enfant

Supervisez-vous la manière dont votre enfant dépense son argent personnel?	%
Beaucoup	22,2 %
Assez	49,2 %
Peu	25,4 %
Pas du tout	3,2 %

Il est intéressant de noter que seulement 3,2 % des parents affirment ne pas du tout superviser les dépenses de leur enfant. Même s'il demeure vrai que l'adolescent d'aujourd'hui possède de plus grandes sommes à dépenser de manière discrétionnaire qu'autrefois, cela ne veut donc pas dire que les dépenses du mineur sont dorénavant faites sans aucune supervision parentale.

Ici aussi, on peut constater une diminution de la grande surveillance au fil du vieillissement de l'enfant. Les catégories assez ou peu de surveillance suivent pour leur part des courbes que seule une analyse sociologique pourrait tenter d'expliquer.

Tableau 7
Degré de supervision des parents envers les dépenses de leur enfant par groupes d'âge

Âge/Surveillance des dépenses	11	12	13	14	15	16	17	18	total
Beaucoup	0 %	45,7 %	25,9 %	25,0 %	20,7 %	11,8 %	7,5 %	0 %	22,2 %
Assez	0 %	40,0 %	48,1 %	66,7 %	55,2 %	58,8 %	35,0 %	0 %	49,2 %
Peu	0 %	14,3 %	22,2 %	8,3 %	20,7 %	23,5 %	52,5 %	0 %	25,4 %
Pas du tout	0 %	0 %	3,7 %	0 %	3,4 %	5,9 %	5,0 %	0 %	3,2 %
Nb de réponses	0	35	27	24	29	34	40	0	189
Nb d'enfants	2	36	30	24	29	36	41	1	265
Pas de réponse	2	1	3	0	0	2	1	1	10

Nous avons interrogé les parents d'adolescents au sujet des règles juridiques qui régissent la capacité de contracter des mineurs. Notre objectif était de connaître leur propre perception de leur degré de connaissance de ces règles. Le tableau qui suit présente les résultats obtenus :

Tableau 8
Perception des parents de leur degré de connaissance des règles juridiques

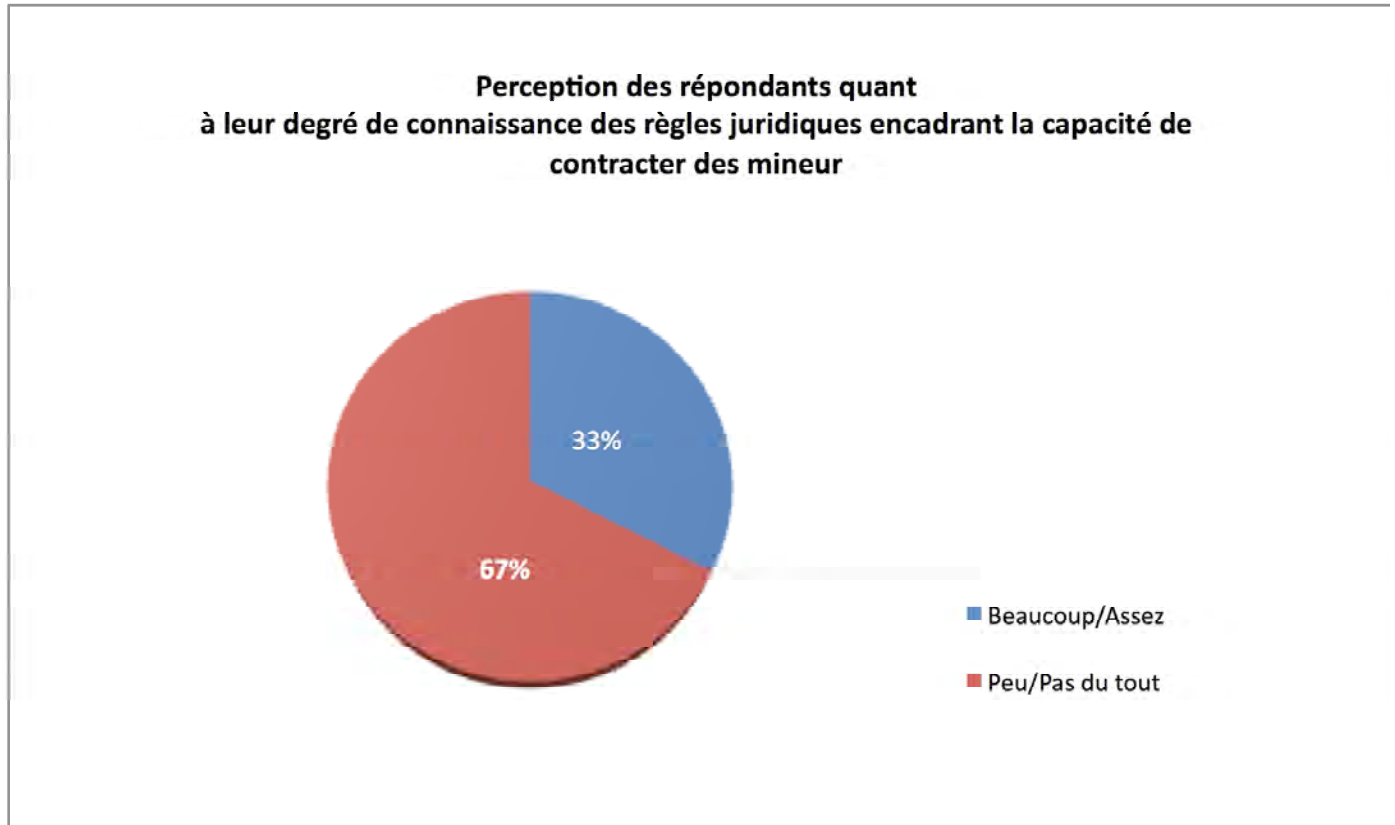
Considérez-vous bien connaître les règles juridiques qui s'appliquent aux transactions que concluent les personnes de moins de 18 ans pour se procurer des biens et des services?	%
Beaucoup	1,1 %
Assez	31,5 %
Peu	51,9 %
Pas du tout	15,5 %

On remarque immédiatement que la belle confiance affichée par les parents en leur faculté de superviser la consommation de leur adolescent ou de l'influencer ne se constate pas ici. Au

contraire, seulement 1,1 % des répondants affirment connaître « beaucoup » les règles juridiques applicables.

Si l'on regroupe les résultats en deux catégories, le déficit d'information qu'estiment avoir les parents s'avère encore plus frappant, comme le témoigne ce graphique :

Graphique 2



Ce résultat est conforme à nos attentes, dans la mesure où les règles juridiques applicables ne sont pas d'une grande limpidité pour les parents et qu'elles ne sont que rarement évoquées ou vulgarisées par les médias. Nous verrons plus loin qu'il est difficile de trouver des renseignements sur les règles qui encadrent la capacité des mineurs, et ce, même sur les sites qui ont pour mission d'informer les consommateurs sur les questions de consommation et les sites consacrés à la vulgarisation juridique.

Lorsqu'on demande aux parents quelles sont leurs sources d'information au sujet des règles juridiques applicables aux contrats conclus par les mineurs, on constate que les parents s'abreuvent à partir de différentes sources, dont aucune n'est tout à fait prépondérante :

Tableau 9
Sources d'information des parents au sujet des règles juridiques

Quelles sont vos sources d'information au sujet des règles juridiques applicables aux transactions que concluent les personnes de moins de 18 ans pour se procurer des biens et des services?	%
Émissions de télévision ayant trait à la consommation (par ex. : « la Facture », « J.E. »)	54,6 %
Sites Web de vulgarisation juridique (par ex. : educaloi.qc.ca , avocat.qc.ca)	21,8 %
Sites Web d'organismes ou d'associations de protection du consommateur	43,1 %
Revues traitant d'enjeux de consommation (par ex. : « Protégez-vous »)	33,3 %
Journaux	28,2 %
Parents, amis, collègues de travail	35,1 %
Je ne m'informe pas sur ce sujet	22,4 %
Autre (veuillez préciser)	4,0 %

Il faut quand même noter que, même en cette ère du Web, la télévision demeure un média d'information incontournable, avec près de 55 % des répondants y ayant recours. Les sites Web d'association de consommateurs représentent également une source d'information très prisée, puisque 43,1 % des répondants affirment s'y référer. Cette conclusion mérite cependant d'être tempérée, étant donné que notre échantillon est composé d'abonnés à un bulletin électronique d'une association de consommateurs.

Par ailleurs, on note également que 22,4 % des répondants déclarent ne pas s'informer sur le sujet. Il y a lieu de croire que davantage de répondants ne s'informent pas sur cette problématique, mais qu'ils ont pu hésiter à le dire, comme c'est souvent le cas dans ce genre d'études et peut-être davantage même ici, avec un sondage émanant d'un groupe de défense des droits des consommateurs – dans l'esprit du répondant, « Je ne m'informe pas sur ce sujet » est ici clairement la mauvaise réponse. Il serait raisonnable de présumer que si ces répondants avaient à s'informer sur cette problématique, alors ils utiliseraient les sources indiquées, et probablement dans les mêmes proportions.

Notre sondage ne demandait pas aux répondants de classer par ordre de priorité ces différentes sources d'information. Au vu de la répartition des réponses, cela s'avère avoir été une erreur; un classement par priorité aurait pu être révélateur sur le degré de fiabilité que les répondants accordaient à ces différentes sources.

Seulement 7,5 % des répondants affirment que leur adolescent a déjà eu des problèmes avec un commerçant relativement à un bien ou un service qu'il s'était procuré auprès de lui (11,3 % indiquent ne pas savoir et 81,2 % répondent par la négative).

Cette donnée est quelque peu étonnante. Compte tenu des problématiques que nous avons soulevées dans le cadre de notre revue de la littérature, nous aurions pu croire que les parents auraient rapporté un plus grand nombre d'accrochages avec les commerçants. Est-ce à dire que les problématiques soulevées n'existent pas, du moins dans une proportion relativement considérable sur le plan statistique?

Il ne faudrait pas sauter trop rapidement aux conclusions. En effet, le faible nombre d'incidents rapportés entre commerçants et adolescents par les parents peut être révélateur d'autres dynamiques. Par exemple, considérant que la communication parents-enfants n'est pas

toujours des plus aisée à cet âge, considérant que, si les sommes en jeu sont relativement faibles, les enfants ne jugent pas nécessairement utile de faire part à leurs parents de ce type de problème : est-il permis de croire que les parents qui ont répondu à notre étude ne sont pas forcément au fait de tous les problèmes de consommation qu'éprouvent leurs enfants? À cet égard, il serait fortement utile de mener des entrevues semi-dirigées auprès des adolescents eux-mêmes pour confirmer ou infirmer nos résultats.

Cela dit, certains problèmes ont quand même été soulevés par les répondants. Parmi eux (environ une quinzaine), on retrouve un cas de faux concours SMS, des problèmes à obtenir le remboursement d'une garantie prolongée sur un bien déjà garanti à vie par le fabricant, etc.

Lorsqu'un parent est informé de problèmes que vit son adolescent avec un commerçant, ce parent se demandera probablement (quoique probablement pas dans ces termes) si son enfant avait la capacité de s'engager auprès de ce commerçant; la question se soulèvera probablement d'autant plus si la somme en jeu est importante ou s'il s'agit d'un mineur particulièrement jeune.

Il nous a paru essentiel de vérifier directement les perceptions des parents quant à la capacité de contracter des mineurs, en attirant leur attention, pour éviter que la question leur semble trop théorique, sur des contrats qu'est susceptible de conclure un jeune consommateur. Nous avons donc, dans un premier temps, demandé aux répondants :

« Avez-vous l'impression que la loi autorise un enfant mineur à se procurer, sans autorisation préalable de ses parents, les biens et services suivants? »

Au-delà de l'aspect purement juridique de la question, nous avons aussi voulu savoir quelles étaient les perceptions des parents quant au caractère acceptable d'une capacité présumée de contracter. Pour ce faire, nous leur avons posé la question suivante, proposant encore, pour les mêmes raisons, des exemples de contrats qu'est susceptible de conclure un jeune consommateur :

« Peu importe ce qu'en dit la loi, jugez-vous personnellement qu'il est acceptable, d'un point de vue moral et éthique, qu'un enfant mineur se procure, sans autorisation préalable de ses parents, les biens et services suivants? »

Le tableau qui suit regroupe les réponses obtenues à ces deux questions, qu'il convient de présenter en parallèle pour mettre en lumière certains constats.

Tableau 10
Réponses des parents sur l'acceptabilité de transactions des mineurs relatives à la
consommation de quelques catégories de biens et de services
en ordre croissant des «oui»

Selon l'éthique		
Catégories de biens et de services	Oui	Non
Un repas au restaurant	94,9 %	5,1 %
Un billet de cinéma	93,7 %	6,3 %
Des vêtements	91,1 %	8,9 %
Une carte de paiement électronique (par exemple, une carte iTunes ou Tim Hortons)	59,5 %	40,5 %
Un ordinateur	38,0 %	62,0 %
Un téléphone cellulaire	17,7 %	82,3 %
Des bijoux de luxe	15,8 %	84,2 %
Un tatouage	8,2 %	91,8 %
Un logement	5,1 %	94,9 %
Une voiture	3,2 %	96,8 %
Une motoneige ou un VTT	3,2 %	96,8 %
Une carte de crédit	2,5 %	97,5 %
Une propriété immobilière	1,9 %	98,1 %
Un prêt personnel dans une institution financière	1,3 %	98,7 %

Tableau 11
Réponses des parents sur la légalité de transactions des mineurs relatives à la
consommation de quelques catégories de biens et de services
en ordre croissant des «oui»

Selon la loi		
Catégories de biens et de services	Oui	Non
Un billet de cinéma	91,1 %	8,9 %
Des vêtements	91,1 %	8,9 %
Un repas au restaurant	89,9 %	10,1 %
Une carte de paiement électronique (par exemple, une carte iTunes ou Tim Hortons)	82,8 %	17,2 %
Un ordinateur	80,5 %	19,5 %
Des bijoux de luxe	72,8 %	27,2 %
Un tatouage	58,0 %	42,0 %
Un téléphone cellulaire	50,9 %	49,1 %
Une carte de crédit	32,0 %	68,0 %
Une voiture	26,6 %	73,4 %
Un logement	26,0 %	74,0 %
Une motoneige ou un VTT	18,9 %	81,1 %
Un prêt personnel dans une institution financière	12,4 %	87,6 %
Une propriété immobilière	8,9 %	91,1 %

Tableau 12
Réponses des parents sur la légalité ou l'acceptabilité de transactions des mineurs
relatives à la consommation de quelques catégories de biens et de services
en ordre alphabétique de biens et de services

Catégories de biens et de services	Selon la loi		Selon l'éthique	
	Oui	Non	Oui	Non
Des bijoux de luxe	72,8 %	27,2 %	15,8 %	84,2 %
Des vêtements	91,1 %	8,9 %	91,1 %	8,9 %
Un billet de cinéma	91,1 %	8,9 %	93,7 %	6,3 %
Un logement	26,0 %	74,0 %	5,1 %	94,9 %
Un ordinateur	80,5 %	19,5 %	38,0 %	62,0 %
Un prêt personnel dans une institution financière	12,4 %	87,6 %	1,3 %	98,7 %
Un repas au restaurant	89,9 %	10,1 %	94,9 %	5,1 %
Un tatouage	58,0 %	42,0 %	8,2 %	91,8 %
Un téléphone cellulaire	50,9 %	49,1 %	17,7 %	82,3 %
Une carte de crédit	32,0 %	68,0 %	2,5 %	97,5 %
Une carte de paiement électronique (par exemple, une carte iTunes ou Tim Hortons)	82,8 %	17,2 %	59,5 %	40,5 %
Une motoneige ou un VTT	18,9 %	81,1 %	3,2 %	96,8 %
Une propriété immobilière	8,9 %	91,1 %	1,9 %	98,1 %
Une voiture	26,6 %	73,4 %	3,2 %	96,8 %

Comme nous nous y attendions, les parents d'enfants mineurs estiment que le droit des enfants de contracter sans autorisation préalable de leurs parents varie selon le type de bien ou la valeur du contrat. Ils semblent convaincus que la loi interdit, par exemple, le prêt personnel dans une institution financière ou l'achat d'une motoneige, d'un VTT ou d'une propriété immobilière (dans des proportions, respectivement, de 87,6 %, 81,1 % et 91,1 %) et estiment, dans une proportion plus élevée encore, que telles transactions devraient être interdites par la loi (dans le même ordre : 98,7 %, 96,8 % et 98,1 %).

Près de 75 % des répondants estiment que la loi ne permet pas à un mineur de louer un logement ou d'acheter une voiture sans autorisation préalable de ses parents. Pour ce qui est de savoir si la loi devrait le permettre, la réponse est un non presque unanime (94,9 % et 96,8 %, respectivement).

Une large majorité de parents estiment que la loi autorise un mineur à se procurer sans autorisation préalable vêtements (91,1 %), billets de cinéma (91,1 %), repas au restaurant (89,9 %) ordinateur (80,5 %); si moins de 10 % des répondants préféreraient une approche plus restrictive pour les vêtements, les billets de cinéma et les repas au restaurant, l'opposition est beaucoup plus marquée lorsqu'il s'agit d'ordinateurs : 62 % des répondants estiment que de tels achats ne devraient pas être permis sans autorisation préalable des parents.

Si les opinions sur le droit des mineurs de contracter relativement à des cartes de crédit, des téléphones cellulaires, des prêts personnels dans une institution financière, des bijoux de luxe et des tatouages sont partagées, elles se rencontrent sur la question de l'acceptabilité de tel contrat sans autorisation préalable : plus de 80 % des répondants trouvent inacceptable qu'un

mineur puisse se procurer sans l'autorisation de ses parents un téléphone ou un bijou de luxe, et plus de 90 % s'oppose aux autres transactions, les oppositions les plus marquées, frôlant l'unanimité, portant sur les cartes de crédit (97,5 %) et les prêts personnels (98,7 %). On notera qu'une majorité des répondants croient par ailleurs que la loi interdit déjà de conclure ces contrats avec des mineurs sans autorisation (68 % et 87,6 % respectivement).

On peut donc en conclure que les parents ont la perception que la loi accorde à leur enfant, relativement à plusieurs types de transactions, une marge d'autonomie peut-être plus grande que celle qu'ils sont personnellement disposés à leur accorder. Il aurait probablement été intéressant de vérifier si les parents qui estiment que certaines transactions sont autorisées par la loi, alors que d'autres ne le sont pas, sont de cet avis justement parce que leur enfant aurait conclu sans obstacle une transaction de ce genre.

Il pourrait certes être intéressant de pousser plus à fond l'analyse sur ce qui motive les parents à trouver telle transaction plus acceptable qu'une autre ou ce qui les amène à croire, quelquefois à tort, que la loi autorise ou interdit telle ou telle transaction lorsqu'un mineur est concerné. Il semble toutefois, à première vue, que les parents trouvent acceptable que les mineurs puissent effectuer des transactions qui portent justement sur les besoins usuels (repas au restaurant, billet de spectacle, vêtements) – et que ce concept, tel qu'il apparaît au C.c.Q. reste pertinent.

Par ailleurs, il semble que les parents et le législateur québécois s'entendent sur la question des cartes de crédit. Les émetteurs de carte de crédit ont pour politique de ne pas émettre de cartes à des mineurs. Non content de cette simple politique, le législateur québécois a déposé en juin 2011 un projet de loi qui vise à l'interdire légalement.

Nous avons aussi voulu vérifier si les perceptions des répondants quant à la légalité des contrats par les mineurs pouvaient varier non pas en fonction de la nature du bien ou service acheté, mais en fonction de certaines caractéristiques du contrat ou du jeune contractant. Nous leur avons demandé : « *Plus spécifiquement, avez-vous l'impression qu'une personne de moins de 18 ans peut, sans autorisation préalable de ses parents, légalement conclure les transactions suivantes avec un commerçant* ». Le tableau suivant dresse un portrait des réponses obtenues.

Tableau 13
Perceptions des répondants quant à la validité de contrats
conclus par un mineur, selon certaines caractéristiques du contrat

Caractéristiques du contrat	Oui	Non
se procurer des biens ou des services grâce à un programme de type « achetez maintenant, payez plus tard »	17,1 %	82,9 %
se procurer des biens ou des services de grande valeur	43,3 %	56,7 %
se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé d'au moins 16 ans	82,3 %	17,7 %
se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé d'au moins 14 ans	65,9 %	34,1 %
se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé de moins de 14 ans	50,6 %	49,4 %
conclure un contrat de type « abonnement » impliquant des paiements périodiques	41,5 %	58,5 %
se procurer des biens et des services qui visent à combler des besoins essentiels (par exemple : meubles, nourriture, transport, service téléphonique, etc.)	69,5 %	30,5 %

On remarque en parcourant ce tableau que la perception voulant que le contrat conclu avec un mineur soit valide augmente avec l'âge du mineur : 50,6 % pour les mineurs âgés de moins de 14 ans, 65,9 % pour les mineurs de plus de 14 ans et plus et 82,3 % pour les mineurs de 16 ans ou plus.

Même si leur point de vue n'est pas majoritaire, une proportion considérable des répondants interrogés a l'impression que la loi ne permet même pas à une personne mineure de se procurer les biens et services qui visent à combler ses besoins essentiels – la notion de « besoins courants et ordinaires » du *Code civil du Québec* ou de « necessities » de common law ne trouve donc pas écho dans l'ensemble de la population.

6.4 Commerçants

La cueillette de données auprès des commerçants n'a pas connu les résultats que nous avons escomptés. Malgré tous nos efforts, seulement deux entreprises ont accepté de participer à l'étude, et l'une d'elles s'est révélée inadmissible, ayant déclaré à une question d'admissibilité qu'elle ne fait pas affaire avec des mineurs.

Plusieurs raisons peuvent à notre point de vue expliquer cette difficulté à obtenir la participation des entreprises à notre étude.

Premièrement, et il s'agit là d'une donnée éventuellement intéressante pour d'autres associations de consommateurs, nous avons constaté que les entreprises semblaient quelque peu méfiantes face à la participation à une étude menée par une association de consommateurs. Cette réticence est compréhensible : les associations de consommateurs, dont Union des consommateurs, sont très impliquées dans le domaine du recours collectif. On peut imaginer la crainte de l'entreprise de « se faire piéger ». Plusieurs entreprises que nous avons contactées ont d'ailleurs eu maille à partir avec des associations de consommateurs dans le passé devant les tribunaux. Si notre hypothèse est fondée, l'entente de confidentialité que nous

leur propositions, qui garantissait l'anonymat et restreignait à l'enquête l'utilisation des données, n'aura malheureusement pas suffi à écarter leurs craintes.

Le refus de répondre des entreprises est peut-être aussi révélateur du brouillard qui entoure les règles juridiques sur la capacité de contracter des mineurs. Si on regarde la chose objectivement, et en particulier au Québec, la capacité de contracter des mineurs ne pose pas en soi un énorme problème pour les entreprises, étant donné que le seul recours qu'elles peuvent craindre relativement à un contrat conclu avec un mineur devrait se fonder sur la lésion.

En ce sens, la non-participation des entreprises à notre étude constitue en soi un résultat de recherche pertinent, qui nous permet à la fois de constater la crainte que le sujet semble générer chez les entreprises et de suggérer, pour les futures recherches, qu'il serait peut-être souhaitable que les cueillettes de données auprès des entreprises soient faites par des chercheurs moins « redoutables » aux yeux des entreprises, le milieu universitaire, par exemple.

Le fait que notre stratégie consistait à contacter seulement de grandes entreprises ayant de grandes parts de marché dans leur créneau respectif a peut-être également milité contre une participation plus accrue des entreprises. Il y a lieu de croire que le fait de solliciter de petites entreprises, indépendantes des grandes bannières, aurait peut-être donné de meilleurs résultats.

Une seule entreprise admissible ayant participé, nous ne pouvons évidemment pas insister sur les données recueillies. Contentons-nous de mentionner que l'entreprise en question, qui œuvre dans le domaine du commerce au détail d'articles de sports, a affirmé ne pas détenir de politique interne relative aux achats effectués par des mineurs et qu'elle avait l'impression, de manière générale, que les personnes d'âge mineur possèdent la capacité de contracter avec elle.

6.5 Organismes gouvernementaux de protection du consommateur

Nous avons contacté la majorité (7) des organismes gouvernementaux de protection du consommateur au Canada afin de les inviter à participer à notre étude, dans l'optique de mieux saisir la situation sur le terrain dans plusieurs provinces canadiennes et pour évaluer les initiatives de ces organismes en matière de défense des droits des consommateurs mineurs.

Trois de ces organismes ont accepté de participer à notre étude. Il s'agit des organismes gouvernementaux de l'Alberta, du Manitoba et du Québec.

Le questionnaire soumis à ces organismes comportait une dizaine de questions, des questions ouvertes, pour la plupart (voir annexe 3). La section qui suit présente un exposé des données recueillies.

Quelles sont les questions les plus fréquemment posées ou les renseignements les plus fréquemment demandés à votre organisme relativement aux contrats conclus par les mineurs?

- Un organisme indique ne pas maintenir de statistiques à ce sujet;
- Un organisme indique être particulièrement sollicité pour aider les consommateurs à comprendre le contrat dans sa généralité, les clauses de garantie qui en font partie ou bien son caractère obligatoire;
- Un organisme déclare recevoir bon nombre de questions sur la valeur juridique du consentement d'un mineur à un contrat de consommation et de la possibilité d'annuler un contrat conclu par un mineur en raison de son âge.

Quelles sont les plaintes les plus fréquemment rapportées à votre organisme relativement aux contrats conclus par les mineurs?

- Un organisme indique ne pas maintenir de statistiques à ce sujet;
- Un organisme rapporte que le sujet le plus fréquent de plainte concerne le non-respect de la garantie;
- Un organisme affirme que son système informatique ne permet de cumuler les données en fonction de l'âge des consommateurs. Il constate toutefois que les plaintes ont souvent trait aux abus prétendus dont certains auraient été victimes en raison de leur manque d'expérience et de leur naïveté. L'organisme remarque également que la venue des nouvelles technologies de l'information a, en quelque sorte, propulsé dans le monde de la consommation une clientèle de plus en plus jeune.

Votre organisme détient-il des statistiques au sujet de ces plaintes ou relativement à toute autre problématique de consommation concernant les contrats conclus par les mineurs?

- Un organisme indique qu'il fait une classification des plaintes par type, secteur d'activité ou loi applicable; aucun ne classifie en fonction de l'âge.

Votre organisme a-t-il publié des documents d'information juridique au sujet des contrats que concluent ou que peuvent conclure les mineurs?

- Un organisme indique qu'il n'a pas publié de tels documents;
- Un organisme a publié plusieurs documents au sujet des contrats que peuvent conclure les mineurs : une collection de fascicules portant sur les enjeux liés au fait de quitter le foyer familial et une page Facebook destinée spécialement aux jeunes;
- Un organisme a mis en ligne une série d'activités portant sur les droits et les obligations des jeunes consommateurs et un guide d'activités sur la publicité pour les élèves du primaire.

Votre organisme a-t-il réalisé des projets de sensibilisation destinés aux mineurs?

- Un organisme indique qu'il n'a pas réalisé de tels projets;
- Un organisme organise annuellement une cérémonie de remise de prix spécialement destinée aux jeunes qui comporte, entre autres, un prix pour récompenser la meilleure affiche de sensibilisation. Cet organisme a également rapporté avoir publié des fiches-conseils s'adressant à des élèves de 9^e niveau sur des enjeux de consommation. Un vidéo sur le vol d'identité a aussi été transmis à des écoles²⁰²;

²⁰² Pour faire ressortir le propos du répondant, nous avons remanié cette réponse en combinant deux questions ouvertes auxquelles l'organisme avait répondu.

- Un organisme explique qu'il a élaboré une présentation pour les écoles, qui aborde des sujets tels que les politiques d'échange et de remboursement, la téléphonie cellulaire, les cartes prépayées, la garantie légale, l'achat d'une voiture d'occasion, etc. L'organisme a également produit un guide sur la publicité destinée aux enfants et financé certains projets par le biais d'un fonds.

Votre organisme a-t-il subventionné des projets de recherche portant sur les contrats que concluent ou que peuvent conclure les mineurs?

- Deux organismes participants répondent par la négative à cette question;
- Un organisme précise qu'une étude portant sur les compétences des jeunes de 12 à 17 ans en matière de consommation est en cours.

Avez-vous d'autres projets futurs de tout genre concernant la conclusion de contrats par les mineurs (par ex. : la diffusion au public d'information à ce sujet)?

- Deux des organismes participants répondent par la négative à cette question;
- Un organisme prévoit établir un réseau d'échange avec les écoles de sa province et actualiser et bonifier son matériel actuel de façon à rejoindre cette clientèle cible.

Quelles sont, de manière générale, vos principales recommandations en matière de consommation pour les mineurs et leurs parents?

- Deux des organismes participants insistent sur l'importance de demeurer informé des enjeux entourant la consommation des mineurs, de s'efforcer de bien comprendre ce que dit un contrat et ses implications avant de le signer ainsi que de ne pas hésiter à entrer en contact avec un organisme de protection du consommateur en cas de besoin.
- La réponse de l'autre organisme mérite d'être citée intégralement : « La consommation commence dès le plus jeune âge et doit faire partie intégrante de son éducation. Apprendre à compter, à bien dépenser, apprendre la valeur des choses, à discuter, à s'informer, à poser des questions, à lire avant de dire oui à n'importe quoi et surtout avant de signer n'importe quoi! Tout cela fait partie des bases fondamentales d'une relation contractuelle saine et nécessaire dans un monde où la consommation occupe une place quotidienne. »

Si l'on s'attarde aux réponses fournies par ces organismes, nous notons tout particulièrement que la variable « âge » ne fait pas partie de la classification qui est faite des plaintes que reçoivent ces organismes. Il s'agit là d'un inconvénient considérable pour bien cerner les problématiques que vivent les jeunes.

Compte tenu de ce manque de statistiques, il nous est impossible de « cartographier » les différences qui pourraient exister entre provinces quant aux plaintes les plus fréquemment reçues pour les contrats que concluent les mineurs.

On constate également qu'aucune mesure n'a été prise pour sensibiliser les commerçants eux-mêmes aux défis que peut représenter le fait de conclure des contrats avec des mineurs.

7. Sources d'information disponibles

7.1 Au Québec

Au Québec, diverses ressources sont à la disposition des adolescents. Le plus souvent, ces ressources sont incomplètes ou dédiées à d'autres buts que l'éducation aux aspects légaux entourant le geste d'acheter.

Voyons quelques exemples de sites web diffusant de l'information aux consommateurs. Nous y avons cherché de l'information portant, directement ou indirectement, sur la capacité de contracter des mineurs et des effets possibles des contrats conclus avec des mineurs.

7.1.1 Office de la protection du consommateur (OPC)

Le site de l'Office de la protection du consommateur a déjà eu une section jeunesse bien étoffée dédiée directement aux jeunes. Cette section a été retirée du site il y a déjà quelques années pour être modernisée et mise à jour. La section n'est pas encore de retour et aucune date de retour n'est encore annoncée.

Dans la forme actuelle du site de l'OPC, on retrouve un espace pédagogique dédié à l'éducation des jeunes à divers aspects légaux de la consommation, destiné aux enseignants et aux intervenants jeunesse. Il présente différentes activités à réaliser.

On peut lire sur la page d'accueil :

Bienvenue

En tant que consommateurs, les jeunes ne sont pas toujours outillés adéquatement lorsqu'il est question de leurs droits, de leurs obligations et de leurs recours. Ils ne disposent pas nécessairement des connaissances et des habiletés requises pour prendre des décisions éclairées. À titre d'exemple, ils peuvent oublier de poser des questions au commerçant concernant la politique d'échange ou de remboursement d'un produit, la garantie offerte et les termes des contrats qu'ils concluent.

Plus que jamais les jeunes consommateurs doivent être informés de leurs obligations et de leurs recours. Pourquoi? Pour qu'ils développent une attitude préventive lorsqu'ils font affaire avec un commerçant.

Afin de les aider à aborder la consommation en classe sous l'angle de la protection des consommateurs, OPC Éducation propose aux enseignants divers outils pédagogiques. Inviter un conférencier

En plus de ces outils, OPC Éducation offre la possibilité d'inviter en classe un conférencier. D'une durée d'environ une heure, chaque conférence présente un aperçu des éléments de base en matière de protection du consommateur. Les principaux sujets abordés sont les suivants :

- les politiques d'échange et de remboursement;*
- la téléphonie cellulaire;*

- les cartes prépayées;
- la garantie légale;
- l'achat d'une voiture d'occasion.

Pour obtenir plus de renseignements concernant les conférences ou inviter un conférencier, communiquer avec l'équipe d'OPC Éducation.²⁰³

Il n'est donc pas possible, pour le jeune qui souhaite s'informer rapidement de ses droits et responsabilités de trouver sur le site internet de l'OPC l'information recherchée réunie à un même endroit et facilement accessible. De plus, on aura remarqué que la problématique particulière du contrat conclu par un mineur n'y est pas abordée.

7.1.2 Éducaloi

Sur le site d'Éducaloi, un espace « jeunes » a été créé pour informer les jeunes de divers aspects de la loi, notamment la justice pénale et le droit civil. Bien que le site propose plusieurs capsules sur une variété de sujets, on remarque qu'une seule capsule est dédiée aux aspects légaux de la consommation et qu'elle n'est pas mise en évidence sur la page d'accueil du site. Les renseignements pertinents sur les contrats conclus par un mineur sont noyés dans un texte plutôt léger qui foisonne d'exemples fictifs. On retiendra que ce texte mentionne :

Le droit de contracter des mineurs : *« la loi considère que les jeunes, peu importe leur âge, ont le droit de faire des achats pour satisfaire leurs besoins « ordinaires » ou « usuels », comme par exemple la nourriture, le transport ou les vêtements. Les besoins de base, quoi!*

Donc, dans un premier temps, il faut regarder si le bien a été acheté pour satisfaire un besoin ordinaire. Ensuite, il faut considérer deux facteurs qui augmentent la capacité des personnes de moins de dix-huit ans d'acheter en toute légalité : l'âge et le discernement, c'est-à-dire la capacité de faire preuve d'un bon jugement et de prévoir les conséquences financières de son achat. »

La possibilité de faire annuler un contrat conclu par un mineur : *« Le seul fait qu'une personne de moins de dix-huit ans ait fait un achat seule n'est pas suffisant pour le faire annuler. Cependant, l'achat peut être annulé ou le prix de vente remboursé en partie s'il s'agit d'un cas de lésion.*

La lésion, c'est quand une des personnes qui signe un contrat obtient avec ce contrat beaucoup trop d'avantages par rapport à l'autre. Par exemple, si une personne naïve paye 5 000 \$ pour un vieil ordi sans graveur et sans carte de son, le marchand qui le lui a vendu a obtenu un avantage disproportionné par rapport à lui.

On dira aussi qu'un jeune a été lésé (victime de lésion) si il s'engage pour une somme qui dépasse de beaucoup ses moyens ou l'avantage que ça lui donne. »

²⁰³ OPC Éducation, site de l'Office de la protection du consommateur, Montréal, 2008. [En ligne] <http://www.opc.gouv.qc.ca/WebForms/OPCEducation/Introduction.aspx> (consulté le 20 juin 2011).

Comment faire annuler le contrat : « *Si le marchand refuse, ton père, ta mère ou ton tuteur doit faire une demande au tribunal. Il faut payer des frais. Ça peut prendre du temps.* »

Le droit pour un mineur d'avoir une carte de crédit à son nom : « *La plupart des compagnies de cartes de crédit exigent que le détenteur (responsable) principal de la carte soit majeur. [Un mineur] pourrait cependant, auprès de certaines compagnies, être co-détent[eur] de la carte d'un adulte, son père ou sa mère, par exemple. C'est cet adulte qui serait responsable des factures. La compagnie de carte de crédit pourrait aussi accepter d'émettre une carte à [un mineur] cautionn[é] («endoss[é]») par un adulte. Cela veut dire que si [le mineur] devenait incapable de payer ses factures, la compagnie pourrait venir se servir dans les poches de la personne qui l'a cautionnée.* »

L'obligation des parents de payer à la place du mineur si ce dernier ne peut faire ses paiements : *Les parents ont l'obligation de loger, de nourrir et de combler les besoins de base de leur enfant, pas ses envies de luxe! Le marchand qui conclut un contrat avec un mineur ne contracte pas avec ses parents. Il ne peut donc pas exiger que ses parents le remboursent, sauf s'ils l'ont cautionnée (s'ils ont « signé pour le mineur »).*

L'obligation du marchand de reprendre le bien et de le rembourser : « *Contrairement à la croyance populaire, le marchand n'est pas obligé de reprendre un bien que tu as acheté et de te rembourser. [...] Chaque marchand a ses propres règles en ce qui concerne les retours, les échanges et les remboursements. Celles-ci sont parfois écrites sur la facture, et parfois non²⁰⁴.*

7.1.3 Protégez-vous²⁰⁵

Le magazine Protégez-vous a fait de la consommation sa spécialité. Connu pour ses bancs d'essai et reconnu pour ses dossiers fouillés et ses guides spécialisés, on pourrait croire qu'une section d'information de son site internet pourrait traiter de contrats conclus par des mineurs ou s'adresser directement aux jeunes. Or, il n'en est rien. Les sujets pouvant toucher les jeunes sont dispersés dans des chroniques concernant des biens de consommation ou des services variés : Cadenas pour vélo et chaussures de sport dans la section « Loisirs et famille », cours sur le budget dans Avis, Hein? Appareils photos numériques et Activer « https » sur Facebook, Hotmail et Twitter dans la section Technologie, etc.

Rien toutefois sur le droit de contracter ou les motifs d'annulation d'un contrat conclu par un mineur.

²⁰⁴ Jeunes pour jeunes, site Educaloi, Montréal, [En ligne] <http://www.jeunepourjeunes.com> (consulté le 21 juin 2011).

²⁰⁵ Protégez-vous, page d'accueil, site web du magazine, Montréal, sans date. [En ligne] <http://www.protegez-vous.ca/> (consulté le 21 juin 2011).

7.1.4 Associations locales de consommateurs (ACEF et autres)

Plusieurs associations locales de consommateurs du Québec tentent de sensibiliser les jeunes à différents aspects de la consommation. Ces associations offrent divers ateliers, notamment sur le budget et la consommation soit de façon générale, soit par item précis (téléphone cellulaire, partir en appartement, etc.). Elles annoncent aussi qu'elles peuvent dispenser ces ateliers dans les écoles, dans des maisons de jeunes, dans leurs propres locaux, etc. Quelques organismes proposent aussi des initiatives ludiques pour informer et sensibiliser les jeunes consommateurs : l'ACEF Rive-Sud de Québec, par exemple, a mis sur pied une activité appelée : Les prix du cœur de la publicité²⁰⁶ qui s'attarde à l'éthique en matière de marketing.

Toutefois, il n'est toujours pas possible, pour le jeune qui souhaite s'informer rapidement de ses droits et responsabilités en matière contractuelle de trouver sur les sites internet de ces associations l'information recherchée réunie à un même endroit. Ici encore, rien de précis sur le droit de contracter des mineurs.

7.1.5 Association pour la protection des automobilistes (APA)

Il n'est pas possible, pour le jeune qui souhaite s'informer rapidement de ses droits et responsabilités de trouver sur le site de l'APA l'information recherchée réunie à un même endroit.

7.2 Au Canada

Au Canada, diverses ressources sont à la disposition des adolescents. Le plus souvent, ces ressources sont incomplètes ou dédiées à d'autres buts que l'éducation aux aspects légaux entourant le contrat. Voyons quelques exemples de sites web diffusant de l'information aux consommateurs que nous avons explorés pour tenter d'y trouver des renseignements relatifs à la capacité de contracter des mineurs.

7.2.1 Bureau de la consommation d'industrie Canada (BC)

On trouve sur le site du Bureau de la consommation une page intitulée « Conseils en consommation pour votre groupe d'âge ». Un jeune qui souhaite s'informer rapidement de ses droits et responsabilités peut y trouver des morceaux de l'information recherchée, mais rien sur le droit des mineurs de contracter et les recours disponibles en cas de problème relativement à un contrat conclu par un mineur²⁰⁷.

Deux documents disponibles sur le site du Bureau de la consommation retiennent notre attention.

²⁰⁶ Les prix du cœur de la publicité, Acef Rive-Sud de Québec, Lévis, 2011. [En ligne] <http://www.prixducoeurdelapub.com/intro.asp> (page consulté le 21 juin 2011).

²⁰⁷ Bureau de la consommation, page Conseils de consommation pour votre groupe d'âge, Industrie Canada, gouvernement fédéral, Ottawa, 31 mars 2011. [En ligne] http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/fra/h_ca02279.html#reality (consulté le 21 juin 2011).

Le magasinage²⁰⁸

Ce document offre des conseils aux jeunes consommateurs. Il se divise en 5 sections. À la section 1, on retrouve les Questions fréquemment posées par les consommateurs; à la section 2, Des plaintes efficaces, la section 3 : Devenez votre propre directeur financier, la section 4 : Acheter un véhicule et la section 5 : Cellulaires.

Magasiner en toute quiétude²⁰⁹

Dans ce document, il est question d'achats, d'échange et remboursement, de garanties, d'acomptes et de mises de côté, de porte-à-porte, d'achats en ligne, de protection de l'identité et de remises.

Aussi intéressants qu'ils soient, les deux documents sont incomplets : ils ne présentent pas tous les aspects légaux de la consommation qui pourrait être utiles à un jeune consommateur en devenir. Et les renseignements sont difficiles à trouver sur le site Internet du Bureau de la consommation.

7.2.2 Comité des mesures en consommation.

On retrouve aussi les deux documents ci-haut mentionnés sur le site du Comité des mesures en consommation.

Sur la page française d'information pour le consommateur²¹⁰, le lien « Conseils pour jeunes consommateurs » amène l'internaute sur la page « Les aînés et la consommation » et celui qui se nomme « À vous de choisir - pour les consommateurs de 18 à 30 ans » amène à une page d'erreur. Toutefois, la même page d'information en anglais, Consumer information²¹¹, renvoie bien les internautes aux ressources annoncées.

Ici non plus, il n'est pas possible, pour le jeune qui souhaite s'informer rapidement de ses droits et responsabilités de trouver sur le site internet du Comité des mesures en consommation l'information recherchée réunie à un même endroit.

7.2.3 Passerelle d'information pour le consommateur canadien

Sur la Passerelle d'information pour le consommateur canadien²¹², rien ne touche directement la question des contrats conclus par des mineurs.

²⁰⁸ Bureau de la consommation, section 2, Conseils pour jeunes consommateurs, Le magasinage, Industrie Canada, gouvernement fédéral, Ottawa, 31 mars 2011. [En ligne] [http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/Teen2%20fr.pdf/\\$FILE/Teen2%20fr.pdf](http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/Teen2%20fr.pdf/$FILE/Teen2%20fr.pdf) (consulté le 21 juin 2011).

²⁰⁹ Comité des mesures en matière de consommation, Magasiner en toute quiétude, Industrie Canada, gouvernement fédéral, Ottawa, 31 mars 2011. [En ligne] [http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/MAGASINER.pdf/\\$FILE/MAGASINER.pdf](http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/MAGASINER.pdf/$FILE/MAGASINER.pdf) (consulté le 21 juin 2011).

²¹⁰ *Op. Cit.*, Note 209, page http://www.ic.gc.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/fra/h_fe00015.html (consulté le 21 juin 2011).

²¹¹ *Op. Cit.*, Note 209, page http://www.ic.gc.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/eng/h_fe00015.html (consulté le 21 juin 2011).

²¹² Passerelle d'information pour le consommateur canadien, page d'accueil, Bureau de la consommation d'Industrie Canada, Ottawa, sans date. [En ligne] <http://consumerinformation.ca/app/oca/ccig/knowYourRights.do?language=fr> (consulté le 21 juin 2011).

Il n'est pas non plus possible, pour le jeune qui souhaite s'informer rapidement de ses droits et responsabilités, de trouver sur la Passerelle d'information pour le consommateur canadien l'information recherchée réunie à un même endroit.

7.2.4 Bureau du Surintendant des faillites

Le Bureau du Surintendant des faillites publie un guide destiné à l'éducation financière des jeunes et de leurs parents, le « Le guide financier pour les adolescents de treize à quinze ans ». Outre les sections sur les notions de base (budget, crédit, intérêts, inflation), les responsabilités financières et la gestion, l'épargne et les placements, la table des matières annonce des sections sur les *valeurs*, (Désirs en comparaison avec les besoins; Le vrai coût des choses; Le coût de circonstance; La formation des habitudes de consommation; Le coût relatif des choses; Le partage des dépenses; Travailler avec un objectif en tête; Magasiner) et le marketing (*Être averti* : Le marketing et la publicité; Internet; Publicité à surveiller)²¹³.

Nos recherches pour tenter d'y trouver des renseignements relatifs à la capacité de contracter des mineurs sont restées vaines.

7.2.5 Association des banquiers canadiens

Votreargent.cba.ca est un bel exemple de site dédié entièrement à l'éducation financière des jeunes canadiens. On y retrouve, dans la section « Je suis un étudiant », diverses rubriques se rapportant à l'argent notamment : La tenue d'un budget, L'emprunt, Épargner VotreArgent, Votre profil de crédit, Investir et Protéger VotreArgent²¹⁴.

À la section « Protégez VotreArgent » on retrouve divers renseignements utiles sur plusieurs aspects du commerce, mais ne touche pas directement la question des contrats conclus par des mineurs²¹⁵.

Encore une fois, il n'est pas possible, pour le jeune qui souhaite s'informer rapidement de ses droits et responsabilités, de trouver sur le site internet de l'Association des banquiers canadiens l'information recherchée réunie à un même endroit.

²¹³ Collectif, Le guide financier (adolescents de treize à quinze ans) Bureau du surintendant des faillites, Industrie Canada, 2006. [En ligne] [http://www.ic.gc.ca/eic/site/bsf-osb.nsf/vwapj/FG_13-15_F.pdf/\\$FILE/FG_13-15_F.pdf](http://www.ic.gc.ca/eic/site/bsf-osb.nsf/vwapj/FG_13-15_F.pdf/$FILE/FG_13-15_F.pdf) (consulté le 20 juin 2011).

²¹⁴ Site web de l'association des banquiers canadiens, VotreArgent.cba.ca, section je suis étudiant, Toronto, sans date. [En ligne] <http://www.votreargent.cba.ca/students/inside/> (consulté le 20 juin 2011).

²¹⁵ Page Protégez VotreArgent, site web de l'Association des banquiers canadiens, VotreArgent.cba.ca, section je suis étudiant, Toronto, sans date. [En ligne] http://www.votreargent.cba.ca/students/inside/keeping_money_safe/ (consulté le 20 juin 2011).

7.2.6 Agence de la consommation en matière financière du Canada ACFC

Le portail du site web de l'ACFC²¹⁶ indique clairement, sur un grand bandeau rouge : « Jeunes/Éducateurs ». Les jeunes sont invités à cliquer sur la première ressource : Apprenez à être indépendant financièrement. Visitez notre portail sur l'éducation financière²¹⁷.

Ici encore, rien qui informe directement sur les contrats conclus par des mineurs.

En lien avec le portail sur l'éducation financière, il y a « La Zone », un programme d'apprentissage élaboré par l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et la Commission des valeurs mobilières de la Colombie-Britannique.

Le programme permet aux jeunes d'acquérir les connaissances financières qui les aideront à gérer leurs finances et à évoluer dans le milieu financier, à l'âge adulte. Les enseignants sont invités à utiliser les documents et les activités. Les jeunes et les enseignants peuvent suivre les modules en ligne ou télécharger les documents à utiliser en classe²¹⁸. On n'y trouve aucune information sur la capacité de contracter des mineurs.

7.3 En France

Une recherche rapide sur des sites Internet étrangers révèle que d'autres juridictions ont trouvé pertinent d'afficher ces renseignements sur, notamment, la capacité de contracter de mineurs. En France, un site internet est dédié aux divers aspects du droit des jeunes, notamment en matière de consommation. Le site se nomme : 50 droits des ados.

7.3.1 50 droits des ados

À la section « Consommation » on peut lire une foule de renseignements utiles, dont ceci, relatif aux contrats conclus par des mineurs :

*Est-ce qu'un mineur peut conclure un contrat sans ses parents?
Juridiquement, le mineur est considéré comme « incapable ». Il a des droits, mais ne peut les exercer seul, sans ses parents. Cela signifie normalement que tous les actes passés par un mineur sont nuls. En pratique, la nullité est relative, c'est-à-dire que seul le mineur peut demander la nullité. Cette règle a pour but de protéger le mineur, car il est inexpérimenté.*

²¹⁶ Agence de la consommation en matière financière du Canada, page d'accueil du site, ACFC, gouvernement du Canada, Ottawa, sans date. [En ligne] <http://www.acfc-fcac.gc.ca/fra/default.asp> (consulté le 21 juin 2011).

²¹⁷ Agence de la consommation en matière financière du Canada et Commission des valeurs mobilières de la Colombie-Britannique, La klik économique, ACFC, gouvernement du Canada, Ottawa, sans date. [En ligne] <http://www.acfc-fcac.gc.ca/fra/default.asp> (consulté le 21 juin 2011).

²¹⁸ Agence de la consommation en matière financière du Canada et Commission des valeurs mobilières de la Colombie-Britannique, La klik économique, ACFC, gouvernement du Canada, Ottawa, sans date. [En ligne] <http://www.themoneybelt.gc.ca/theCity-laZone/fra/Ab-fra.aspx#> (consulté le 21 juin 2011).

Toutefois, certains actes sans gravité peuvent être passés par un mineur sans être déclarés nuls. Ainsi, il est admis qu'un mineur peut s'engager seul dans les actes de la vie quotidienne pour par exemple : acheter un livre, des vêtements, etc.²¹⁹

Ce site Internet est en fait la mise à disposition en ligne d'un ouvrage qui porte le même titre, soit 50 droits des ados :

*Un guide de poche, pratique et convivial, conçu par et pour les jeunes...
Résultat d'une rencontre entre Martin Hirsch, ancien Haut-commissaire à la jeunesse et aux solidarités actives et les adolescents qui participaient, en 2009, au 5ème forum Adolescences, le guide 50 droits des ados a été réalisé par la fondation Wyeth pour la santé de l'enfant et de l'adolescent avec le soutien de l'ancien Haut-commissariat à la Jeunesse, du ministère de l'Education nationale, du ministère de la Santé et des sports et des éditions Dalloz²²⁰.*

²¹⁹ Site 50 droits des ados, page Consommation de la rubrique Argent, Paris, France, sans date. [En ligne] <http://www.50droitsdesados.com/vie-quotidienne/argent/article/consommer> (consulté le 19 juin 2011).

²²⁰ Fondation Pfizer, site de l'entreprise, Paris, France, 2011. [En ligne] <http://www.fondation-pfizer.org/language/fr-fr/nos-publications/le-guide-50-droits-des-ados.aspx> (consulté le 19 juin 2011).

8. Conclusion

8.1 Solutions envisageables aux problématiques identifiées

Les mineurs sont des consommateurs à part entière dans la société actuelle. Disposant d'importantes sommes à dépenser de manière plus ou moins discrétionnaire, ils représentent évidemment un marché de choix pour les entreprises.

Les mineurs se procurent toutes sortes de biens et de services pour satisfaire leurs besoins (et leurs désirs), qui varient beaucoup en fonction de leur âge et de leur situation. À l'instar des adultes, ils font parfois face à des commerçants aux pratiques douteuses.

Or, les mineurs, nous l'avons bien vu, sont en quelque sorte des consommateurs en probation. : ils ne possèdent pas encore toutes les connaissances, le jugement et la maturité des consommateurs d'âge majeur. Le cocontractant adulte du mineur — le commerçant dans l'optique de recherche qui est la nôtre — peut être tenté d'abuser de sa position de force ou peut en abuser sans même en avoir l'intention, voire en avoir conscience.

Notre sondage auprès des parents d'adolescents a révélé que les parents avaient, quant à la capacité légale de leur enfant à conclure seuls différents types de contrats, l'impression que la loi était relativement restrictive. Lorsqu'on leur demande de porter un jugement moral et éthique sur la possibilité qu'un mineur devrait avoir de se procurer divers types de biens ou de services, le jugement des parents favorise une approche encore plus restrictive.

Les règles juridiques qui encadrent la capacité de contracter du mineur, tant au Québec qu'au Canada, sont le reflet de notre volonté de protéger les mineurs plutôt qu'une volonté de les laisser faire leurs propres choix. L'approche retenue par les législateurs est toutefois plus flexible que celle que préconiseraient les parents – plus flexible même que celle que les parents semblent croire applicable en vertu de la loi.

Les lois reconnaissent généralement au mineur une certaine latitude lorsque vient le temps de contracter, bien que la volonté de le protéger de son inexpérience demeure une constante dans tous les systèmes de droit. C'est d'ailleurs ce qu'a révélé notre survol des législations étrangères.

Au Québec, par exemple, on pourrait résumer la règle applicable en disant que le mineur qui possède la faculté de discernement peut généralement contracter, mais qu'il ne peut jamais être lésé. En common law, bien que l'on accorde davantage de sécurité juridique aux contrats visant la fourniture des *necessaries*, on constate tout de même que la protection du mineur demeure au cœur des règles juridiques qui encadrent, par exemple, la faculté du mineur de se retirer d'un contrat passé avant l'âge de la majorité.

8.2 Renforcer les mesures générales de protection du consommateur

Sans remettre en cause la nécessité de règles régissant de manière spécifique les contrats conclus par les mineurs, il faut noter que les problématiques de consommation les plus fréquemment soulevées au sujet des actes de consommation des mineurs (dont nous avons traité dans la première partie de ce rapport) s'avèrent, en fin de compte, moins différentes qu'on aurait pu le croire des problématiques rencontrées par les consommateurs adultes – le mineur, vu son inexpérience et une faculté moins développée de combattre ou de reporter ses envies de satisfaction immédiate de ses désirs étant par contre, comme l'ont démontré nombre d'études, plus susceptible de tomber dans certains pièges que les adultes seraient mieux en mesure d'éviter.

À titre d'exemple, même si les mineurs sont de grands utilisateurs de téléphones mobiles, il est difficile de trouver des problèmes de consommation que les mineurs seraient les seuls à éprouver. Dans le domaine de la téléphonie cellulaire, la protection des mineurs passe par l'amélioration des règles de protection du consommateur qui régissent l'industrie, et ce, pour l'ensemble des consommateurs. Par exemple, autant les consommateurs adultes que mineurs gagneraient à ce que les règles du CRTC qui encadrent l'annulation des frais 900 trouvent application en matière d'abonnement à un service de messagerie texte payant, ce qui n'est pas actuellement le cas comme nous l'avons vu.

Si, dans bon nombre de cas que nous avons relevé, la protection des mineurs s'avère indissociable de la protection de l'ensemble des consommateurs, il serait difficile de justifier l'utilité, par exemple, de l'ajout aux lois sur la protection du consommateur une section qui établirait un régime spécifique au bénéfice des consommateurs mineurs.

Cela étant dit, il demeure que les mineurs ont des besoins de protection spécifiques, qui ne sont pas forcément les mêmes que ceux des consommateurs adultes. Compte tenu de leur inexpérience et des leurs compétences de consommateur encore limitées, il est essentiel que les mineurs puissent, comme le prévoit le Code civil du Québec, invoquer la lésion en tout temps ou, comme le prévoit la common law (sous certaines réserves), annuler discrétionnairement les contrats auxquels ils sont partie. Les mesures de protection spécifiques aux mineurs devraient également prévoir un mécanisme de protection permettant aux parents d'exercer leur rôle de supervision de la consommation de biens et de services par leur enfant, le tout de manière relativement simple et efficace.

8.3 Favoriser l'exercice des droits du mineur par des règles claires

Par ailleurs, un des grands défis que pose la conclusion de contrats par des mineurs repose sur le fait qu'il existe un vaste brouillard autour des règles juridiques applicables en de telles circonstances, que ce soit au Québec ou dans les autres provinces canadiennes.

Nous avons constaté, dans notre analyse juridique, que la capacité de contracter du mineur n'est ni clairement affirmée ni clairement niée par la loi. Il n'est alors pas surprenant de constater qu'environ 2 parents sur 3 estiment connaître peu ou pas du tout les règles juridiques qui encadrent la capacité de contracter de leur enfant.

Cette difficulté à comprendre les contours exacts de la capacité de contracter des enfants et des adolescents n'est pas sans conséquence sur plan pratique. À notre avis, le manque de

connaissance qu'a le public de ces règles n'est pas de nature à favoriser un règlement à l'amiable des différends qui pourraient survenir avec les commerçants. En effet, c'est peut-être en demandant beaucoup à un commerçant de savoir que la lésion, au sens du *Code civil du Québec*, comporte un volet objectif et un volet subjectif et que le contrat conclu avec un mineur pourra être évalué en fonction de ces concepts, qui peuvent eux-mêmes recevoir une application incertaine. Ou de connaître toutes les exceptions que prévoit la *common law* à la règle qui veut que le mineur puisse annuler le contrat à sa guise. C'est également en demandant beaucoup aux parents qui cherchent à faire valoir les droits de leur enfant que de maîtriser toutes ces subtilités légales.

Il en va de même des règles relatives à la responsabilité des parents dans les obligations que peuvent contracter leurs enfants mineurs. Spontanément, en effet, les parents pourraient être portés à croire qu'ils sont automatiquement responsables des contrats conclus par leurs enfants, alors qu'en réalité, la réponse s'avère généralement plus nuancée sur le plan du droit. Idéalement, les règles régissant les contrats conclus par les mineurs devraient, dans leurs grandes lignes, être connues de la population, et en particulier des commerçants, afin de favoriser leur effectivité. On peut se demander si, dans l'affaire *Lajeunesse c. Rosenstein Chaussure inc.*, le commerçant aurait osé vendre une paire de chaussures au prix de 640 \$ à une adolescente de 15 ans s'il avait su que celle-ci pouvait invoquer la lésion et, surtout, s'il se serait entêté au point de faire en sorte que l'affaire doive être portée devant les tribunaux.

Cependant, il ne faut pas perdre de vue que plus de précision et de certitude ne sont pas forcément synonymes d'une protection accrue pour les mineurs. Certaines précisions viennent au contraire favoriser la sécurité des transactions. À cet égard, on peut citer l'article 156 du *Code civil du Québec*, qui prévoit que le mineur de quatorze ans et plus doit être traité comme un majeur pour tous les actes relatifs à son emploi, ou à l'exercice de son art ou de sa profession. On pourrait également faire mention de la règle de *common law* voulant que les contrats visant la fourniture des *necessaries* doivent bénéficier d'une sécurité juridique accrue et, qu'en ce sens, le droit du mineur de se soustraire à de tels contrats doit être restreint. Il est donc primordial que toute précision des règles entourant la capacité de contracter des mineurs se fasse de manière à accroître la protection dont ils bénéficient, plutôt qu'à l'amoinrir.

Une part du flou qui caractérise les règles juridiques encadrant les contrats conclus par les mineurs s'explique ainsi par la volonté du législateur d'édicter des règles suffisamment flexibles pour qu'elles puissent s'adapter aux situations particulières – que le décideur ait une marge de manœuvre suffisante pour pouvoir prendre en compte les circonstances propres à chaque affaire : âge du mineur, nature du contrat, impact sur le patrimoine de l'enfant, etc.

Même si, manifestement, il y a derrière l'approche adoptée lors de la mise en place de ces règles une sagesse à laquelle il faut accorder une certaine déférence (autant en *common law* qu'en droit civil), force est d'admettre que cette flexibilité engendre en pratique une quantité de zones grises dans lesquelles il est difficile de se retrouver.

Qui plus est, les tribunaux supérieurs traitent rarement des règles qui encadrent les contrats conclus par des personnes d'âge mineur, étant donné les sommes relativement faibles qui sont le plus souvent en jeu. Ainsi, la plupart des décisions dont nous disposons au Québec émanent de la Division des petites créances de la Cour du Québec, ce qui ne contribue pas à éclaircir le droit. Les sources de la *common law*, pour leur part, se retrouvent dans une doctrine qui s'appuie encore à ce jour sur des décisions tellement anciennes qu'il devient difficile de trouver des correspondances entre les faits et les circonstances qui y sont rapportés et les situations qui peuvent aujourd'hui soulever des litiges.

Il ressort de tous ces faits que les règles qui encadrent la conclusion de contrats par des mineurs pourraient certes être améliorées afin, notamment, de faire en sorte que les consommateurs puissent davantage faire valoir leurs droits sans devoir recourir aux tribunaux. Pour ce faire, la clé du problème nous semble reposer sur l'augmentation, par certaines règles claires et objectives, de la prévisibilité des conséquences juridiques des actes de consommation des mineurs.

À la lumière des résultats de notre étude, il semble que deux suggestions s'imposent quant aux règles entourant la capacité de contracter des mineurs :

Au Québec, rappelons que, pour obtenir l'annulation d'un contrat conclu seul, le mineur devra généralement prouver que le contrat en question est lésionnaire à son égard. Contrairement à la croyance populaire, l'annulation n'est donc pas, en principe, automatique. Cela fait en sorte que si les parents d'un mineur jugent qu'un contrat conclu par celui-ci doit être annulé, ils peuvent s'attendre à un refus de commerçant d'annuler la vente; il sera difficile de faire admettre spontanément et de bonne grâce au commerçant le caractère lésionnaire du contrat conclu. Tout comme il sera difficile, dans les provinces de common law de faire pression sur le commerçant en étant assuré d'obtenir l'annulation du contrat, étant donné que ce dernier pourrait évoquer une variété d'exceptions à la règle de voulant que les contrats conclus par les mineurs puissent être annulés à leur discrétion.

Pour pallier ce problème, il nous semble qu'une solution raisonnable serait de prévoir au *Code civil du Québec* une faculté de dédit applicable à tout contrat conclu par un mineur sans l'assistance de ses parents. La période pendant laquelle le dédit serait possible devrait être suffisamment longue pour donner le temps aux parents de prendre connaissance du contrat conclu par leur enfant et exercer leurs droits, mais à la fois suffisamment brève pour une éviter qu'une épée de Damoclès ne pèse trop longtemps sur le contrat et incite les commerçants à refuser de contracter avec les personnes mineures. La faculté de dédit pourrait donc s'exercer, selon le bon jugement du législateur, sur une période de 10, 30 ou 90 jours, par exemple. Au-delà de ce délai, le contrat demeurerait encore annulable, mais uniquement sous preuve de lésion, comme c'est le cas actuellement.

Si cette solution peut paraître originale, il faut néanmoins noter que cette faculté de dédit ne serait ni une première au sein du *Code civil du Québec* ni complètement révolutionnaire. En effet, le Code prévoit déjà une telle faculté relativement à la promesse d'achat d'un immeuble à usage d'habitation (art. 1785 C.c.Q.). On retrouve également d'autres exemples de faculté de dédit dans la *Loi sur la protection du consommateur*, qui prévoit que le contrat conclu entre un commerçant itinérant et un consommateur peut être résolu dans un délai de 10 jours, et que le contrat de crédit.

En common law, la situation est plus complexe, étant donné qu'en principe, le mineur peut se dédire des contrats qu'il conclut. Seulement, sa faculté de se dédire de ces contrats est si limitée par les nombreuses exceptions développées au fil des années par la jurisprudence qu'il devient difficile de dire à quel point ce principe est encore vrai ou applicable. Chose certaine, la nécessité de clarifier les règles de common law demeure tout aussi importante qu'en droit civil québécois. À cet égard, la définition des *necessaries* au sein du *Sale of Goods Act* représente un pas dans la bonne direction. Sans complètement nier les fondements jurisprudentiels des règles de common law, il nous paraît important de préciser davantage le régime juridique applicable aux contrats conclus par des mineurs à l'aide de lois statutaires, quitte à proposer l'adoption dans l'ensemble des provinces canadiennes de tradition de common law d'un régime complètement nouveau comme l'a fait la Colombie-Britannique.

8.4 Régler une fois pour toutes le problème des messages textes payants

Comme nous en avons discuté ailleurs dans ce rapport, les médias ont rapporté plusieurs cas d'adolescents qui se sont inscrits, sans trop le savoir, à des services de messagerie texte payants, principalement en raison des pratiques de commerce douteuses mises en place pour les amener à s'abonner à de tels services.

Une solution simple, familière et efficace serait de tout simplement étendre aux messages textes payants (aussi appelés SMS Premium) les garanties offertes aux consommateurs lorsque des frais 900 leuvs sont facturés.

Ainsi, les parents qui se verraient imposer des frais liés à des messages textes payants sur le compte du cellulaire de leur enfant pourraient bénéficier du droit d'obtenir l'annulation des frais à la suite d'une contestation raisonnable.

8.5 Promouvoir l'éducation des mineurs à la consommation et aux finances personnelles

Soulignons enfin qu'une partie de la solution aux problématiques de consommation que vivent les enfants et les adolescents et leurs parents se trouve peut-être dans l'éducation. Plusieurs situations problématiques rapportées dans la première section de ce rapport pourraient être évitées avec une meilleure éducation aux enjeux et aux pièges de la consommation.

On peut penser, à titre d'exemple, au fait qu'une sensibilisation accrue aux pratiques commerciales douteuses de certains commerçants en ligne permettrait de réduire le nombre de cas où des jeunes tombent dans le piège de s'abonner sans s'en rendre compte à un service de messagerie texte payant ou de dilapider des sommes importantes dans le cadre de jeux en ligne ou de mondes virtuels.

Les adolescents qui quittent le nid familial pour entreprendre, par exemple, des études collégiales ou professionnelles pourraient également recevoir de l'information utile pour mieux comprendre les enjeux liés à la location d'un premier appartement, l'achat d'une première voiture d'occasion, l'abonnement à certains services (électricité, téléphone, câble, etc.).

L'éducation à la consommation nous paraît jouer un rôle préventif qui apporte à un encadrement légal adéquat toute son efficacité, à condition que les mesures d'éducation soient efficaces. Le principal défi consiste à amener les jeunes à s'intéresser aux questions de consommation.

Selon une étude américaine, les jeunes sont quatre fois plus susceptibles de rechercher une personne sur Facebook que d'effectuer des recherches pour trouver une carte de crédit à plus faible taux d'intérêt. De même, lorsqu'on demande à des adolescents ce qu'ils aimeraient connaître sur le crédit et l'endettement, dans une proportion de deux pour un, les adolescents

interrogés se sont montrés plus intéressés à savoir comment obtenir du crédit plutôt qu'à connaître les conséquences d'un mauvais dossier de crédit²²¹.

On peut évidemment saluer les initiatives entreprises par certains organismes de protection du consommateur ayant participé à notre étude. Par contre, il est possible de faire bien plus. À titre d'exemple, notre examen des divers outils d'information contenus disponibles sur Internet démontre que peu d'organismes offrent des documents d'information juridique résolument tournés vers les problématiques de consommation que vivent les jeunes. L'information est clairsemée ici et là à travers plusieurs sites, et la question spécifique de la capacité de contracter des mineurs est généralement à peine effleurée.

Davantage de mesures d'éducation sont donc nécessaires. À cet égard, mentionnons que les études démontrent que l'apprentissage est d'autant plus réussi s'il est effectué dans un cadre plus concret que celui offert par les cours magistraux traditionnels²²².

Les associations de consommateurs, œuvrant dans un contexte où les problématiques de consommation sont abordées de manière concrète, pourraient bien entendu y jouer un rôle important.

²²¹ VARCOE, Karen P. et al. « What Do Teens Want to Know About Money — A Comparison of 1998 and 2008 », *Family & Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 38, No. 4, 2010, 360–371, DOI: 10.1111/j.1552-3934.2010.00032.x.

²²² *Op. Cit.*, Note 221.

LACHANCE, Marie J. et Jacinthe CLOUTIER. *Les jeunes adultes québécois, l'épargne et l'investissement : Pratiques, connaissances et attitudes* (« Dossier consommation no 16 »), rapport de recherche publié par l'Université Laval, Québec, juin 2009, pp. 33-34.

9. Recommandations

Aucun instrument législatif n'est parfait. Quelles que soient donc les précautions, le polissage et les révisions dont les nouveaux textes auront pu bénéficier avant leur adoption, il est certain que rapidement la pratique du nouveau droit fera ressortir des difficultés, des incohérences, voir même peut-être des contradictions internes.

— Jean-Louis Baudouin²²³

- **Attendu que** les mineurs sont des consommateurs « en probation », qui ne possèdent pas encore toutes les compétences d'un consommateur adulte;
- **Attendu que** cet écart de compétences entre les consommateurs majeurs et les consommateurs mineurs exige la mise en place d'un régime juridique distinct visant à protéger davantage le consommateur plus vulnérable;
- **Attendu qu'**une connaissance suffisante de la part des consommateurs et des commerçants des règles juridiques applicables à un différend est de nature à favoriser sa résolution amiable;
- **Attendu que** les parents, en tant que tuteurs du mineur, ont un rôle à jouer dans la protection de ses intérêts de consommateur et qu'il faille favoriser ce rôle par des règles claires;

RECOMMANDATION # 1 : Instauration d'une faculté de dédit en droit québécois

- **Attendu qu'**en droit québécois, la principale mesure de protection des consommateurs mineurs est la possibilité d'obtenir l'annulation du contrat conclu seul par le mineur, à condition de démontrer son caractère lésionnaire;
- **Attendu que** la détermination du caractère lésionnaire d'un contrat conclu seul par un mineur nécessite l'analyse complexe de multiples critères juridiques, tant objectifs que subjectifs;
- **Attendu que** toute prétention à l'effet qu'un contrat est lésionnaire pourra donc être débattue par le commerçant ayant contracté avec le mineur, l'évaluation devant se faire au cas par cas;
- **Attendu que** plus des 2/3 des parents d'adolescents que nous avons interrogés affirment connaître « peu » ou « pas du tout » les règles juridiques qui s'appliquent aux transactions que concluent les personnes de moins de 18 ans pour se procurer des biens et des services;
- **Attendu que** 74,1 % des parents d'adolescents interrogés soutiennent superviser « assez » ou « beaucoup » les dépenses de leurs adolescents;

²²³ COMEAU, Paul-André et Hubert Reid (dir.). Le nouveau Code civil du Québec : un bilan, Montréal, Wilson & Lafleur, 1995, p. 2.

- **Attendu que** les parents doivent, lorsqu'ils constatent après coup que leurs enfants ont contracté des obligations contre lesquelles ils s'élèvent, avoir un moyen de renier cette transaction;
- **Attendu que** les parents interrogés ont manifesté une vision relativement restrictive de la capacité, pour leur enfant, d'être partie à des contrats sans leur consentement préalable;
- **Attendu que** le droit des autres provinces du Canada (les provinces de common law) autorise en principe le mineur à annuler discrétionnairement plusieurs catégories de contrats, sous certaines réserves;
- **Attendu que** malgré ses défauts, le test de lésion offre une flexibilité nécessaire;
- **Attendu que** l'adoption d'une faculté de dédit applicable aux contrats conclus seuls par des mineurs permettrait aux parents de superviser les dépenses de leurs enfants et de veiller à leurs intérêts, même une fois placés devant le fait accompli;
- **Attendu que**, pour garantir une certaine sécurité des transactions, la période d'exercice de cette faculté de dédit devrait être relativement brève;
- **Attendu qu'**après l'expiration d'un délai déterminé pour se dédire du contrat, le test de la lésion tel qu'actuellement en vigueur continuerait de gouverner la possibilité d'obtenir l'annulation d'un contrat fait par un mineur;
- **Attendu que** l'adoption d'une telle faculté de dédit serait une mesure claire et intelligible, qui permettrait au public (tuteurs et commerçants) une meilleure connaissance des règles applicables aux contrats conclus par les mineurs, une meilleure application des droits des mineurs et une meilleure protection de cette tranche de consommateurs;
- **Attendu que** la notoriété probable d'une telle faculté de dédit serait de nature à faciliter le règlement à l'amiable de différends entre consommateurs et commerçants;
- **Attendu que** l'ajout d'une faculté de dédit en faveur des mineurs s'harmoniserait bien avec notre système de droit privé, le *Code civil du Québec* et la *Loi de protection du consommateur* prévoyant déjà de telles facultés dans d'autres contextes;

1. **Union des consommateurs recommande au législateur québécois de prévoir au Code civil du Québec, relativement aux contrats conclus par les mineurs, une faculté de dédit, devant être exercée par le mineur ou son représentant dans un délai fixé par la loi (30 ou 90 jours, par exemple);**
2. **Union des consommateurs recommande au législateur québécois de maintenir, à défaut du mineur ou de son représentant de se prévaloir de ladite faculté de dédit dans le délai prévu, le régime actuel qui permet l'annulation d'un contrat conclu par un mineur en cas de lésion.**

RECOMMANDATION # 2 : Apport de précisions aux règles actuelles de common law par voie statutaire

- **Attendu que** les règles de common law, relatives à la capacité de contracter des mineurs, sont soumises à de si nombreuses exceptions que leur application est extrêmement difficile;
- **Attendu qu'**il est très difficile pour les parents comme pour les commerçants de s'y retrouver au travers de règles si complexes et nuancées;
- **Attendu que** depuis que l'âge de la majorité au Canada a été abaissé à 18 ou 19 ans (selon les provinces) et que, depuis ce temps, la common law relative à la capacité de contracter des mineurs a de la difficulté à se renouveler, compte tenu de la diminution corrélative du nombre de nouvelles décisions judiciaires sur cette question;
- **Attendu que** le *Sale of Goods Act* a codifié, en partie, les règles de common law concernant la fourniture de *necessaries* aux mineurs, permettant ainsi d'accroître la prévisibilité du droit applicable à ces contrats;

- **Attendu que** bien des règles de common law relatives à la capacité de contracter des mineurs mériteraient d'être précisées, en particulier en ce qui a trait à la restitution des prestations;

3. Union des consommateurs recommande aux législateurs des provinces canadiennes autres que le Québec d'adopter des dispositions statutaires dans l'esprit du *Sale of Goods Act* visant à préciser certains aspects de la common law, notamment sur la question des restitutions et sur celle du critère applicable pour obtenir l'annulation d'un contrat visant la fourniture de *necessaries*.

RECOMMANDATION # 3 : Étendre les garanties applicables à la facturation de frais 900 à la facturation de messages textes payants

- **Attendu que** la bonification des mesures de protection applicables à tous les consommateurs sans égard à leur âge s'avère utile pour résoudre ou prévenir certaines problématiques de consommation des mineurs, et ce d'autant plus dans les domaines où les jeunes consommateurs sont particulièrement ciblés;
- **Attendu que** de nombreux cas ont été rapportés de mineurs qui, à la suite de pratiques commerciales douteuses, ont communiqué leur numéro de téléphone cellulaire à des entreprises offrant des services de messagerie texte payants, croyant participer, par exemple, à un concours gratuit;
- **Attendu que** les offres de messages textes payants manquent souvent de clarté quant aux conditions et aux tarifs applicables;
- **Attendu que** plusieurs de ces services visent particulièrement les clientèles jeunes;
- **Attendu que** le CRTC, pour s'attaquer à une pratique de commerce semblable, soit les appels 900, a élaboré certaines règles qui permettent aux consommateurs d'obtenir l'annulation des frais qu'ils contestent, et ce, de façon relativement simple, rapide et sans faire appel aux tribunaux;
- **Attendu que**, malgré les mécanismes d'autoréglementation de l'industrie mis en place par les fournisseurs de services sans fil et l'Association canadienne des télécommunications sans fil, les consommateurs continuent à éprouver des problèmes relativement à la facturation de messages texte non requis;
- **Attendu qu'il** serait tout à fait pertinent, raisonnable et réaliste d'étendre aux services de messagerie texte payants les garanties offertes aux consommateurs dans le cadre des services 900;

4. Union des consommateurs recommande au CRTC d'étendre aux services de messagerie texte payants sur téléphone cellulaire, *mutatis mutandis*, les garanties et les procédures actuellement offertes aux consommateurs relativement à la facturation de frais 900, et ce pour l'ensemble des consommateurs, sans égard à leur âge.

RECOMMANDATION # 4 : Favoriser des mesures d'éducation à la consommation et aux finances personnelles relativement au droit de contracter des mineurs

- **Attendu que** l'éducation à la consommation et aux finances personnelles pourrait permettre aux mineurs d'être davantage sensibilisés aux enjeux de consommation qui les concernent ainsi qu'à diverses pratiques commerciales dont ils sont susceptibles d'être victimes;

- **Attendu que** l'efficacité de l'éducation à la consommation et aux finances personnelles est davantage assurée si cette dernière est effectuée auprès des jeunes dans un cadre dynamique, plutôt que purement théorique et magistral;
- **Attendu que** des organismes spécialisés en consommation et en finances personnelles (telles les Associations coopératives d'économie familiale – ACEF) ont une vaste expérience en éducation et animation et qu'ils rencontrent régulièrement des jeunes;
- **Attendu que** ces organismes spécialisés en consommation et en finances personnelles seraient en mesure, s'ils disposaient des ressources nécessaires, d'effectuer un travail de sensibilisation et d'éducation auprès des mineurs et de leurs parents;
- **Attendu que** des études démontrent que l'apprentissage est plus réussi s'il est effectué dans un cadre plus concret;
- **Attendu que** les organismes spécialisés en consommation et en finances personnelles sont, de par leur expérience terrain et leur enracinement dans leurs communautés respectives, en mesure d'offrir ce cadre concret d'apprentissage;
- **Attendu que** les sites d'information dédiés aux consommateurs, qu'ils soient gouvernementaux, institutionnels ou communautaires, négligent, dans la presque totalité des cas étudiés, de communiquer aux mineurs ou à leurs parents les renseignements utiles dont ils pourraient avoir besoin relativement à : la capacité de contracter des mineurs, les recours, la responsabilité des parents, etc.
- **Attendu que** les sites d'information qu'ils soient gouvernementaux, institutionnels ou communautaires, dédiés aux jeunes consommateurs et à leurs parents, négligent, dans la grande majorité des sites étudiés, de dispenser de l'information simple, claire et juste destinée à informer les parents des jeunes consommateurs des droits de ceux-ci;
- **Attendu que** c'est, dans une proportion de 43,1 %, vers des sites web d'organismes ou d'associations de protection du consommateur que les parents interrogés se tournent pour trouver de l'information ayant trait à la consommation;

5. **Union des consommateurs recommande que les gouvernements, tant provinciaux que fédéral, appuient financièrement les organismes spécialisés en consommation et en finances personnelles afin qu'ils soient en mesure de développer un contenu spécifique sur le droit de contracter des mineurs et d'offrir des programmes d'éducation dynamiques aux jeunes consommateurs.**
6. **Union des consommateurs recommande à tous les organismes gouvernementaux, institutionnels ou communautaire qui offrent aux consommateurs de l'information sur leurs droit et leurs recours veillent à y inclure de l'information simple, claire et juste destinée à informer les parents des jeunes consommateurs des droits de ceux-ci et sur les responsabilités et les recours des parents relativement aux contrats conclus par des mineurs.**
7. **Union des consommateurs recommande à ces organismes de veiller à ce que leurs sites et les sections relatives aux droits des mineurs soient soit faciles d'accès, qu'on puisse les trouver dans les principaux moteurs de recherche avec des mots clés simples, que ces sites soient mis à jour au besoin (notamment quand des changements de lois surviennent) et qu'ils pointent vers différentes ressources en matière de droit de la consommation, notamment celles par le biais desquelles les consommateurs peuvent porter plainte.**

Médiagraphie

50 droits des ados, Consommer, les ados sont les nouveaux consommateurs, page Vie quotidienne, Argent, 50 droits des ados, Paris, France, sans date.

<http://www.50droitsdesados.com/vie-quotidienne/argent/article/consommer>

Agence de la consommation en matière financière du Canada et Commission des valeurs mobilières de la Colombie-Britannique, La Zone, Section élèves, ACFC, gouvernement du Canada, Ottawa, Ontario, sans date. <http://www.themoneybelt.gc.ca/theCity-laZone/fra/Ab-fra.aspx#>

Agence de la consommation en matière financière du Canada, Finances personnelles, notions de base, laclikéconomik.gc.ca ACFC, gouvernement du Canada, Ottawa, Ontario, sans date. <http://www.themoneybelt.gc.ca/financialbasics-financespersonnelles-fra.asp>

Agence de la consommation en matière financière du Canada, page d'accueil du site, ACFC, gouvernement du Canada, Ottawa, Ontario, sans date. <http://www.acfc-fcac.gc.ca/fra/default.asp>

AHAVA, Anna-Maija et Päivi Palojoki, *Adolescent consumers: reaching them, border crossings and pedagogical challenges*, *International Journal of Consumer Studies*, 28, disponible sur le site de Päivi Palojoki, 4 septembre 2004, pp. 371–378.

<http://www.mv.helsinki.fi/home/palojoki/am%20ja%20pp,%20webbimuoto.pdf>

Association des banquiers canadiens, Étudiants, site web de l'Association des banquiers canadiens, VotreArgent.cba.ca, section je suis étudiant, Toronto, Ontario, sans date.

http://www.votreargent.cba.ca/students/inside/keeping_money_safe/

Association des banquiers canadiens, Protégez VotreArgent, VotreArgent.cba.ca, section je suis étudiant, Toronto, Ontario, sans date. <http://www.votreargent.cba.ca/students/inside/>

ATES, Bayazit Hayta. « Socialization of the Child as a Consumer », *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 37, No. 2, Alexandria, Virginie, État-Unis, décembre 2008, pp.167-184.

BARDOUT, Jean-Claude, Troisième préjugé. Le faux argument de l'incapacité contractuelle, sur le site Interdit d'association?, 19 novembre 2006, France.

<http://associationdemineurs.blog.lemonde.fr/2006/11/19/troisieme-prejuge-le-faux-argument-de-lincapacite-contractuelle/>

BÉNABENT, Alain. *Droit civil : Les obligations*, Paris, France, Montchrestien, 2007.

BESEN, Yasemin. « Exploitation or Fun? : The Lived Experience of Teenage Employment in Suburban America », *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 35, 2006, États-Unis, pp. 319-340, DOI: 10.1177/0891241606286817.

BESEN, Yasemin. « Exploitation or Fun? : The Lived Experience of Teenage Employment in Suburban America », *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 35, juin 2006, University of Northern Iowa, États-Unis, pp. 319-340, DOI: 10.1177/0891241606286817.
<http://jce.sagepub.com/content/35/3/319.short>

BOUCHARD, Carole. « Mon premier cellulaire », émission *Légitime dépense*, diffusée sur les ondes de Télé-Québec, Montréal, Québec, 7 septembre 2009,
<http://legitimedepense.telequebec.tv/occurrence.aspx?id=6>

BROOKES, Fiona et Peter KELLY. « Dolly girls: tweenies as artefacts of consumption », *Journal of Youth Studies*, Vol. 12, No. 6, Behavioural Studies, Monash University, Melbourne, Australie 16 octobre 2009, pp. 599-613.
<http://www.tandfonline.com/toc/cjys20/12/6>

Bureau de la consommation, Industrie Canada, gouvernement fédéral, Ottawa, Ontario.
page Conseils de consommation pour votre groupe d'âge, 2011.
http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/fra/h_ca02279.html#reality

section 2, Conseils pour jeunes consommateurs, Le magasinage, 31 mars 2011.
[http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/Teen2%20fr.pdf/\\$FILE/Teen2%20fr.pdf](http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/Teen2%20fr.pdf/$FILE/Teen2%20fr.pdf)

CHAMBRE DES NOTAIRES DU QUÉBEC. *Mémoires de la Chambre des notaires du Québec : Projet de loi 125 – Code civil du Québec*, Montréal, Québec, 1991.

CHARRON, François. « Concours par SMS ou Textos sur Facebook et Internet: Attention! », blog de François Charron, Canoe.ca, Montréal, Québec, sans date.
<http://www.francoischarron.com/concours-par-sms-ou-textos-sur-facebook-et-internet:-attention/-/x3GibBNI8E/menu>

CHEVREAU, Jonathan, Prepaid Credit Cards May Be Too Handy - Convenience Always Comes At A Price, *The Financial Post*, Toronto, Ontario, 6 juillet 2008.
<http://www.creditcanada.com/inthenews/articles/201/1/Prepaid-Credit-Cards-May-Be-Too-Handy---Convenience-Always-Comes-At-A-Price>

CODERRE, Jean-François. « Une facture de 472 \$ pour un jeu de poupée en ligne », *Rue Frontenac*, Montréal, Québec, 1 août 2010, <http://ruefrontenac.com/nouvelles-generales/114-technologie/26022-le-paiement-partelephone>

Collectif, Le guide financier (adolescents de treize à quinze ans) Bureau du surintendant des faillites, Industrie Canada, Toronto, Ontario, 2006. [http://www.ic.gc.ca/eic/site/bsf-osb.nsf/vwapj/FG_13-15_F.pdf/\\$FILE/FG_13-15_F.pdf](http://www.ic.gc.ca/eic/site/bsf-osb.nsf/vwapj/FG_13-15_F.pdf/$FILE/FG_13-15_F.pdf)

COMEAU, Paul-André et Hubert Reid (dir.). *Le nouveau Code civil du Québec : un bilan*, Wilson & Lafleur, Montréal, Québec, 1995.

Comité des mesures en matière de consommation, Magasiner en toute quiétude, Industrie Canada, gouvernement fédéral, Ottawa, Ontario, 31 mars 2011. [http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/MAGASINER.pdf/\\$FILE/MAGASINER.pdf](http://cmcweb.ca/eic/site/cmc-cmc.nsf/vwapj/MAGASINER.pdf/$FILE/MAGASINER.pdf)

CRUTSINGER, Christy, Dee KNIGHT et HaeJung KIM. « Teens' consumer interaction styles: the impact of assertive and aggressive behaviour on attitudes towards marketing practices », *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 34, No. 2, 2010, DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00846.x.

<http://www.mendeley.com/research/teens-consumer-interaction-styles-impact-assertive-aggressive-behaviour-attitudes-marketing-practices-6/>

DE REGT, Aii. « Children in the 20th-century family economy: From co-providers to consumers », *History of the Family*, Vol. 9, 2004, Amsterdam, Hollande, pp. 371–384.

DELEURY, Édith et Dominique GOUBAU. *Le droit des personnes physiques*, Yvon Blais, 4e édition, Cowansville, Québec, 2008.

DUSSAULT, Stéphane, Cas vécu: comment arnaquer une enfant en sept étapes faciles, Protégez-vous, Montréal, Québec, mai 2011. <http://www.protegez-vous.ca/affaires-et-societe/cas-vecu-arnaquer-enfant.html>

EMARKETER. « Social Shopping Draws Teens », eMarketer, New-York, Etats-Unis, 5 août 2010. <http://www2.emarketer.com/Article.aspx?R=1007850>

ÉMOND, André et Lucie LAUZIÈRE. *Introduction à l'étude du droit*, Montréal, Québec, Wilson & Lafleur, 2003.

FERRAND, Frédérique. *Droit privé allemand*, Paris, France, Dalloz, 1997.

Fondation Pfizer (Wyeth), présentation du guide "50 droits des ados", site de la Fondation, Blois, France, 2011. <http://www.fondation-pfizer.org/language/fr-fr/nos-publications/le-guide-50-droits-des-ados.aspx>

FRIDMAN, G.H.L. *The Contract Law in Canada*, Toronto, Ontario, Thomson/Carswell, 2006.

GORDON, Andrea, Giving teens credit, The Star, Toronto, Ontario, 18 août 2007. <http://www.thestar.com/article/246278>

GRAMMOND, Stéphanie, Son ado flambe 2207\$ sur iTunes à son insu, La Presse, section Affaires, Montréal, Québec, 26 avril 2009. <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/finances-personnelles/bons-comptes/200904/26/01-850429-son-ado-flambe-2207-sur-itunes-a-son-insu.php>

GUAY, Gérard. *La tutelle au mineur*, Wilson & Lafleur, Montréal, Québec, 2004.

Hôpital de Montréal pour enfants du Centre universitaire de santé McGill, Quel âge pour un cellulaire? À vous de décider! Centre universitaire de santé McGill, Montréal, Québec, 12 avril 2011. <http://www.hopitalpourenfants.com/fr/sante/pathologies.aspx?ilD=506>

INDUSTRIE CANADA. *Rapport sur les tendances en consommation*, Industrie Canada, Ottawa, Ontario, 2004, 242 pages. [http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/vwapj/FR_CTR.pdf/\\$FILE/FR_CTR.pdf](http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/vwapj/FR_CTR.pdf/$FILE/FR_CTR.pdf)

INSTITUT VANIER. *La famille compte : Profil des familles canadiennes*, site de l'Institut Vanier de la famille, Ottawa, Ontario, 2010, 187 pages.

http://www.vifamily.ca/media/node/389/attachments/La_famille_compte.pdf

Educaloi, site Jeunes pour jeunes, Montréal, Québec, sans date.

<http://www.jeunepourjeunes.com>

JOYAL, René. *Précis de droit des jeunes*, Tome 1 : Le Code civil, Éditions Yvon Blais, Cowansville, Québec, 1994.

KRUGEL, Lauren. « Les cartes prépayées favoriseraient l'indépendance financière des jeunes », La presse, section Affaires, *Cyberpresse*, Montréal, Québec, 23 janvier 2011.

<http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/services-financiers/201101/23/01-4362887-les-cartes-prepayees-favoriseraient-lindependance-financiere-des-jeunes.php>

LA FACTURE. « Les cartes-cadeaux », [Émission télé], reportage diffusé le 8 septembre 2009, Radio-Canada, Montréal, Québec.

http://www.radio-canada.ca/emissions/la_facture/2009-2010/Reportage.asp?idDoc=87148

LABROSSE, Serge. « Mineure, elle se fait avoir par une amie et par... Bell », *Canoë infos*, Montréal, Québec, 27 mars 2010.

<http://fr.canoe.ca/infos/societe/archives/2010/03/20100327-095300.html>

LABROSSE, Serge. « Politiques d'affaires multiples », *Journal de Montréal*, Montréal, Québec, 27 mars 2010.

<http://lejournaldemontreal.canoe.ca/actualites/faitsdiversetjudiciaires/archives/2010/03/20100327-101100.html>

LACHANCE, Marie J. et Jacinthe CLOUTIER. *Les jeunes adultes québécois, l'épargne et l'investissement : Pratiques, connaissances et attitudes* (« Dossier consommation no 16 »), rapport de recherche publié par l'Université Laval, Québec, Canada, juin 2009.

LAFLAMME, Claude, « Appels à des lignes 1 900 : un recours pour les contester », *La Facture*, blogue de l'émission, site de Radio-Canada, Montréal, Québec, sans date.

http://www.radio-canada.ca/emissions/la_facture/2010-2011/blogue.asp?idEmission=115&post=132136

LAURIN, Renée, *Journal de Québec*, Québec,

Facebook séduit de plus en plus de jeunes enfants, 8 mars 2011.

<http://lejournaldemontreal.canoe.ca/journaldemontreal/votrevie/famille/archives/2011/03/20110308-094340.html>

Le cellulaire, ami ou ennemi des ados?, 21 janvier 2010.

<http://fr.canoe.ca/techno/nouvelles/archives/2010/01/20100126-105619.html>

Lajeunesse c. Rosenstein Chaussure inc., 2006 QCCQ 12123, CanLII, Montréal.

<http://www.canlii.org/fr/qc/qccq/doc/2006/2006qccq12123/2006qccq12123.html>

Légitimes dépenses, *Consommation jeunesse*, Mon premier cellulaire, Télé-Québec, Montréal, Québec, 2011. <http://legitimedepense.telequebec.tv/sujets.aspx?id=8>

Les prix du cœur de la publicité, site du concours, Acef Rive-Sud de Québec, Lévis, Québec, 2011. <http://www.prixducoeurdelapub.com/intro.asp>

LLUELLES, Didier et Benoît MOORE. *Droit des obligations*, Thémis, Montréal, 2006.

LYNCH, Cynthia « Publicité internet pour enfants », VoxConso, Montréal, Québec, 20 avril 2011. <http://www.voxconso.ca/publicite-internet-pour-enfants.html>

MANNING, Wendy D. « Parenting Employed Teenagers », *Youth and Society*, vol. 22, December 1990, pp. 184-200, DOI: 10.1177/0044118X90022002004, Madison. <http://www.epidemioufpel.org.br/proesf/Anaclaudia/Manning.pdf>

MARTENS, Lydia, Dale SOUTHERTON et Sue SCOTT. « Bringing Children (and Parents) into the Sociology of Consumption : Towards a Theoretical and Empirical Agenda », *Journal of Consumer Culture*, Vol. 4, No. 2, pp. 155-182, Royaume-Uni, juillet 2004,

MACDOUGALL, Bruce. *Introduction to contracts*, Markham (Ontario), LexisNexis, 2007.
MANNING, Wendy D. « Parenting Employed Teenagers », *Youth Society*, Vol. 22, 1990, DOI: 10.1177/0044118X90022002004.

MCGREGOR, Sue L.T. « Portraying the Canadian population as consumers », *Revue canadienne d'économie familiale*, Vol. 51, No. 1, 2001, Canada, pp. 36-40, http://www.consultmcgregor.com/documents/research/Canadian_consumer_profiles.pdf

MINISTERE DE LA JUSTICE DU QUEBEC, *Code civil du Québec : Textes, sources et commentaires*, Livre I, gouvernement provincial, Québec, 1992.

OFFICE DE RÉVISION DU CODE CIVIL, *Rapport sur la famille*, deuxième partie, Comité du droit des personnes et de la famille, Montréal, Québec, 1975.

OLSSON, Elin. « The Economic Side of Social Relations: Household Poverty, Adolescents' Own Resources and Peer Relations », *European Sociological Review*, Vol. 23, No. 4, 2007, pp. 471-485, Oxford.

OPC Éducation, page d'accueil, site de l'Office de la protection du consommateur, Montréal, Québec, 2008. <http://www.opc.gouv.qc.ca/WebForms/OPCEducation/Introduction.aspx>

OPTION CONSOMMATEURS, « Publicités des entreprises de téléphonie cellulaire : Des adolescents influencés, mais mal informés », Montréal, Québec, juin 2007, 117 pages. http://www.option-consommateurs.org/documents/principal/fr/File/rapports/pratiques_commerciales/oc_cellulaire_jeunes_200704.pdf

Passerelle d'information pour le consommateur canadien, page d'accueil, Bureau de la consommation d'Industrie Canada, Ottawa, Ontario, sans date. <http://consumerinformation.ca/app/oca/ccig/knowYourRights.do?language=fre>

POIRIER, Donald. *Les personnes physiques et les incapacités*, Éditions Yvon Blais (coll. « La common law en poche »), Cowansville, Québec, 1997.

Protégez-vous, page d'accueil, site web du magazine, Montréal, Québec, sans date.
<http://www.protegez-vous.ca/>

PROVOST, Mario. « La minorité, la tutelle et l'émancipation » dans SÉNÉCAL, Jean-Pierre. *Droit de la famille québécois*, Farnham, Québec, CCH/FM, [CCH en ligne], 2010.

RIOUX, Martine, Une fausse carte de crédit pour les jeunes, Infobourg, Agence de pub pédagogique, Québec, 2 mai 2007.
<http://archives.infobourg.com/sections/editorial/editorial.php?id=11767>

ROY, Johanne. « Salons de bronzage interdits aux moins de 18 ans : Une loi cet automne? », *Journal de Québec*, Réseau Canoë, 1^{er} juin 2011, Montréal, Québec.
<http://www.canoe.com/cgi-bin/imprimer.cgi?id=933376>

SCHAEFER, Allen D., Charles M. HERMANS et R. Stephen PARKER. « A cross-cultural exploration of materialism in adolescents », *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 28, No. 4, 2004, pp. 399–411.

SWAN, Angela. *Canadian Contract Law*, LexisNexis, Markham, Ontario, 2009.

TISON, Marc. La Presse, Montréal, Québec
Les ados et le cellulaire: des clients mal renseignés, 16 novembre 2007.
<http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/200901/06/01-681843-les-ados-et-le-cellulaire-des-clients-mal-renseignes.php>

« Maman! Moi aussi, je veux une carte de crédit! », 18 juin 2007.
<http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/200901/06/01-676390-maman-moi-aussi-jeveux-une-carte-de-credit.php>

Pièges à ados sur cellulaire, 3 avril 2006.
<http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/mobilite/200604/03/01-15404-pieges-a-ados-sur-cellulaire.php>

TURBIDE, Mathieu. Les jeunes s'endettent avec leur cellulaire, Canoe, Montréal, Québec, 26 janvier 2010. <http://fr.canoe.ca/techno/nouvelles/archives/2010/01/20100126-115523.html>

UNION DES CONSOMMATEURS. *Les jeunes sur l'internet : étude sur les problématiques commerciales posées par le Web*, Union des consommateurs, Montréal, Québec, 2005, 58 pages, http://www.consommateur.qc.ca/union-des-consommateurs/docu/protec_conso/07-internetj-bf.pdf

Université Robert Schuman. Droit de la Famille, Strasbourg, France, sans date. <http://www-cdpf.u-strasbg.fr/Incmiluxbrg.htm>

VÄISTÖ, Terhi. «Children and brands in consumer culture. The formation of private and social identities» Marketing Master's thesis, 2009.
http://hsepubl.lib.hse.fi/Files/ethesis/pdf/12183/hse_ethesis_12183.pdf

VARCOE, Karen P. et al. « What Do Teens Want to Know About Money — A Comparison of 1998 and 2008 », *Family & Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 38, No. 4, juin 2010, 360–371, DOI: 10.1111/j.1552-3934.2010.00032.x.

Vidéotron. page Numéros 1 900 et 1 976, site de l'entreprise, Montréal, Québec.
<http://soutien.videotron.com/residentiel/facturation/telephonie/numeros-1-900-1-976>

WADDAMS, S.M. *The Law of Contracts*, Canada Law Book, Toronto, Ontario, 2005.

Wikipedia, encyclopédie collective, sans date
«Common Law», http://en.wikipedia.org/wiki/Common_law
«Textos», <http://fr.wikipedia.org/wiki/Textos>
«SMS», http://fr.wikipedia.org/wiki/Short_Message_Service

Annexe 1 : Questionnaire consommateurs

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire consommateurs

Mineurs, contrats et conséquences

Bonjour,

Vous vous apprêtez à participer à l'étude *Mineurs, contrats et conséquences*.

Veillez noter que toutes les données seront recueillies de manière anonyme, c'est-à-dire qu'aucun renseignement personnel ne sera communiqué à Union des consommateurs.

Les données recueillies seront utilisées qu'à des fins strictement de statistiques et d'analyse.

Pour plus de renseignements sur notre politique relative au respect de la vie privée ou si vous avez toute autre question concernant cette étude, veuillez communiquer avec nous par courriel à dupuis@consommateur.qc.ca.

[Q1] Mineurs, contrats et conséquences

*** 1. Êtes-vous parent d'au moins un enfant âgé entre 12 et 17 ans?**

- Oui
- Non

[Q2] Mineurs, contrats et conséquences

*** 2. Combien avez-vous d'enfants âgés entre 12 et 17 ans?**

- Aucun
- Un seul
- Plus d'un

Mineurs, contrats et conséquences

Si vous avez plusieurs enfants âgés entre 12 et 17 ans, répondez à toutes les questions de ce sondage en tenant compte uniquement de l'enfant dont la date de naissance sera la prochaine à venir.

[Q3] Mineurs, contrats et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire consommateurs

* 3. Quel est l'âge de votre enfant?

- 11 ans ou moins
- 12 ans
- 13 ans
- 14 ans
- 15 ans
- 16 ans
- 17 ans
- 18 ans ou plus

[Q4] Mineurs, contrats et conséquences

* 4. Votre enfant gagne-t-il lui-même des revenus, par biais, par exemple, d'un emploi d'été ou occasionnel (à l'exclusion de tout argent de poche ou cadeau)?

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[Q5] Mineurs, contrats et conséquences

* 5. Discutez-vous de consommation ou de finances personnelles avec votre enfant?

- Beaucoup
- Assez
- Peu
- Pas du tout

[Q6] Mineurs, contrats et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire consommateurs

*** 6. Considérez-vous, en tant que parent, avoir de l'influence sur les choix de consommation de votre enfant?**

- Beaucoup
- Assez
- Peu
- Pas du tout

[Q7] Mineurs, contrats et conséquences

*** 7. Supervisez-vous la manière dont votre enfant dépense son argent personnel?**

- Beaucoup
- Assez
- Peu
- Pas du tout

[Q8] Mineurs, contrats et conséquences

*** 8. À votre connaissance, votre enfant mineur a-t-il déjà eu des problèmes avec un commerçant relativement à un bien ou un service qu'il s'est procuré auprès de lui?**

- Non
- Ne sait pas
- Oui (veuillez préciser)

[Q8b] Mineurs, contrats et conséquences

*** 9. Comment ce problème s'est-il réglé?**

(Par exemple : le commerçant vous a remboursé après quelques discussion, vous avez entamé une poursuite devant les tribunaux, etc.)

[Q9] Mineurs, contrat et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire consommateurs

*** 10. Considérez-vous bien connaître les règles juridiques qui s'appliquent aux transactions que concluent les personnes de moins de 18 ans pour se procurer des biens et des services?**

- Beaucoup
- Assez
- Peu
- Pas du tout

[Q10] Mineurs, contrats et conséquences

*** 11. Quels sont vos sources d'information au sujet des règles juridiques applicables aux transactions que concluent les personnes de moins de 18 ans pour se procurer des biens et des services?**

- Émissions de télévision ayant trait à la consommation (par ex. : « la Facture », « J.E. »)
- Journaux
- Sites Web de vulgarisation juridique (par ex. : educaloi.qc.ca, avocat.qc.ca)
- Sites Web d'organismes ou d'associations de protection du consommateur
- Revues traitant d'enjeux de consommation (par ex. : « Protégez-vous »)
- Parents, amis, collègues de travail
- Je ne m'informe pas sur ce sujet
- Autre (veuillez préciser)

[Q11] Mineurs, contrats et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire consommateurs

*** 12. Avez-vous l'impression que la loi autorise un enfant mineur à se procurer, sans autorisation préalable de ses parents, les biens et services suivants :**

	Oui	Non
Des vêtements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un ordinateur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une voiture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un billet de cinéma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une carte de paiement électronique (par exemple, une carte iTunes ou Tim Hortons)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un tatouage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une carte de crédit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une motoneige ou un VTT	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un repas au restaurant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un prêt personnel dans une institution financière	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une propriété immobilière	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un logement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des bijoux de luxe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un téléphone cellulaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Q12] Mineurs, contrats et conséquences

*** 13. Plus spécifiquement, avez-vous l'impression qu'une personne de moins de 18 ans peut, sans autorisation préalable de ses parents, légalement conclure les transactions suivantes avec un commerçant :**

se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé d'au moins 14 ans

se procurer des biens ou des services de grande valeur

se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé d'au moins 16 ans

se procurer des biens et des services qui visent à combler des besoins essentiels (par exemple : meubles, nourriture, transport, service téléphonique etc.)

se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé de moins de 14 ans

conclure un contrat de type « abonnement » impliquant des paiements périodiques

se procurer des biens ou des services grâce à un programme de type « achetez maintenant, payez plus tard »

[Q13] Mineurs, contrats et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire consommateurs

*** 14. Peu importe ce qu'en dit la loi, jugez-vous personnellement qu'il est acceptable, d'un point de vue moral et éthique, qu'un enfant mineur se procure, sans autorisation préalable de ses parents, les biens et services suivants :**

	Oui	Non
Une motoneige ou un VTT	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des bijoux de luxe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un billet de cinéma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une voiture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une carte de paiement électronique prépayée (par exemple, une carte iTunes ou Tim Hortons)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un téléphone cellulaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une carte de crédit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un prêt personnel dans une institution financière	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un ordinateur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une propriété immobilière	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des vêtements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un tatouage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un logement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un repas au restaurant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Annexe 2 : Questionnaire commerçants

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire commerçants

Mineurs, contrats et conséquences - Bienvenue

Bonjour,

Votre entreprise s'apprête à participer à l'étude Mineurs, contrats et conséquences.

Veillez noter que toutes les données recueillies dans le cadre de cette étude le seront de manière anonyme, c'est-à-dire qu'aucun renseignement permettant d'identifier votre entreprise ne sera communiqué à Union des consommateurs. Précisons, à cet égard, que les adresses IP des entreprises répondantes ne seront pas communiquées à Union des consommateurs.

Les données recueillies ne seront utilisées qu'à des fins strictement de statistiques et d'analyse. Tout au plus, les données seront regroupées anonymement selon les secteurs d'activités suivants :

- Entreprises de télécommunications
- Institutions financières
- Détaillants de produits électroniques
- Détaillants d'articles de sports et de plein air
- Détaillants de meubles
- Ateliers de réparation automobile

Conséquemment, il est assuré que les noms des entreprises participantes ne seront pas dévoilés dans le rapport qui fera suite à cette étude.

Pour plus de renseignements sur notre politique relative au respect de la vie privée ou si vous avez toute autre question concernant cette étude, veuillez communiquer avec nous par courriel à dupuis@consommateur.qc.ca ou par téléphone au 514-521-6820 (poste 262).

[Q1] Mineurs, contrats et conséquences

*** 1. Arrive-t-il à votre entreprise de faire affaire avec des personnes de moins de 18 ans (que ce soit régulièrement ou seulement à l'occasion)?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[Q2] Mineurs, contrats et conséquences

*** 2. Quels sont les biens et les services que les personnes de moins de 18 ans se procurent le plus souvent par le biais de votre entreprise?**

[Q3] Mineurs, contrats et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire commerçants

*** 3. Votre entreprise a-t-elle, dans les faits, des pratiques particulières envers les personnes de moins de 18 ans?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[Q3a] Mineurs, contrats et conséquences

*** 4. Veuillez préciser quelles sont, dans les faits, les pratiques particulières de votre entreprise envers les personnes de moins de 18 ans :**

[Q4] Mineurs, contrats et conséquences

*** 5. Votre entreprise dispose-t-elle d'une politique formelle qui encadre ses activités commerciales (l'achat de biens et de services, par exemple) avec les personnes de moins de 18 ans?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[Q4a] Mineurs, contrats et conséquences

*** 6. Décrivez les principaux éléments de votre politique formelle envers les mineurs :**

[Q4b] Mineurs, contrats et conséquences

*** 7. Cette politique formelle est-elle écrite?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[Q4c] Mineurs, contrats et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire commerçants

* 8. Cette politique formelle est-elle communiquée aux consommateurs?

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[Q4d] Mineurs, contrats et conséquences

* 9. De quelle manière votre politique qui encadre les activités commerciales de votre entreprise avec les personnes de moins de 18 ans est-elle communiquée aux consommateurs?

- Votre politique envers les mineurs est disponible sur le site Internet de votre entreprise
- Votre politique envers les mineurs est affichée près des caisses enregistreuses
- Votre politique envers les mineurs est inscrite sur les factures remises aux consommateurs
- Votre politique envers les mineurs est inscrite dans les contrats conclus avec les mineurs
- Votre politique envers les mineurs est expliquée oralement lors de vos activités commerciales
- Ne sait pas
- Autre (veuillez précisez)

[Q4e] Mineurs, contrats et conséquences

* 10. Votre politique formelle est-elle communiquée aux employés de votre entreprise?

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[Q4f] Mineurs, contrats et conséquences

* 11. Veuillez préciser comment cette politique formelle est communiquée aux employés de votre entreprise?

[Q4g] Mineurs, contrats et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire commerçants

*** 12. Le respect de cette politique formelle par les employés de l'entreprise est-il surveillé?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[Q4h] Mineurs, contrats et conséquences

*** 13. Veuillez préciser comment le respect de cette politique formelle par les employés est surveillé :**

[Q5] Mineurs, contrats et conséquences

*** 14. Y-a-t-il des contrats, verbaux ou écrits, que vous refusez ou refuseriez de conclure avec des personnes de moins de 18 ans dans le cadre des activités commerciales de votre entreprise?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[Q5a] Mineurs, contrats et conséquences

*** 15. Veuillez préciser quels sont les contrats, verbaux ou écrits, que vous refusez ou refuseriez de conclure avec des personnes de moins de 18 ans dans le cadre des activités commerciales de votre entreprise :**

[Q6] Mineurs, contrats et conséquences

*** 16. De façon générale, avez-vous l'impression qu'une personne de moins de 18 ans peut, sans autorisation préalable de ses parents, légalement conclure des transactions avec votre entreprise?**

- Oui
- Non

[Q7] Mineurs, contrats et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire commerçants

*** 17. Plus spécifiquement, avez-vous l'impression qu'une personne de moins de 18 ans peut, avec l'autorisation préalable de ses parents, légalement conclure les transactions suivantes avec un commerçant :**

Se procurer des biens ou des services grâce à un programme de type « achetez maintenant, payez plus tard »

Se procurer des biens ou des services de grande valeur

Se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé d'au moins 16 ans

Se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé d'au moins 14 ans

Se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé de moins de 14 ans

Conclure un contrat de type « abonnement » impliquant des paiements périodiques

Se procurer des biens et des services qui visent à combler des besoins essentiels (par exemple : meubles, nourriture, transport, service téléphonique etc.)

Annexe 3 : Questionnaire organismes français

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire organismes (FR)

Mineurs, contrats et conséquences

*** 1. Quel est le nom de l'organisme de protection du consommateur pour lequel vous complétez ce questionnaire?**

*** 2. Quelles sont les questions les plus fréquemment posées ou les renseignements les plus fréquemment demandés à votre organisme relativement aux contrats conclus par les mineurs?**

Mineurs, contrats et conséquences

*** 3. Quelles sont les plaintes les plus fréquemment rapportées à votre organisme relativement aux contrats conclus par les mineurs?**

Mineurs, contrats et conséquences

*** 4. Votre organisme détient-il des statistiques au sujet de ces plaintes ou relativement à toute autre problématique de consommation concernant les contrats conclus par les mineurs?**

Oui

Non

Si oui, veuillez préciser :

Mineurs, contrats et conséquences

*** 5. Votre organisme a-t-il publié des documents d'information juridique au sujet des contrats que concluent ou que peuvent conclure les mineurs?**

Oui

Non

Si oui, veuillez préciser :

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire organismes (FR)

Mineurs, contrats et conséquences

*** 6. Votre organisme a-t-il réalisé des projets de sensibilisation destinés aux mineurs?**

Oui

Non

Si oui, veuillez préciser :

Mineurs, contrats et conséquences

*** 7. Votre organisme a-t-il subventionné des projets de recherche portant sur les contrats que concluent ou que peuvent conclure les mineurs?**

Oui

Non

Si oui, veuillez préciser :

Mineurs, contrats et conséquences

*** 8. Avez-vous d'autres projets futurs de tout genre concernant la conclusion de contrats par les mineurs (par ex. : la diffusion au public d'information à ce sujet)?**

Oui

Non

Si oui, veuillez préciser :

Mineurs, contrats et conséquences

*** 9. Quelles sont, de manière générale, vos principales recommandations en matière de consommation pour les mineurs et leurs parents?**

Mineurs, contrats et conséquences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire organismes (FR)

*** 10. Avez-vous d'autres remarques à formuler qui pourraient être pertinentes aux fins de notre étude?**

Oui

Non

Si oui, veuillez préciser :

Annexe 4 : Questionnaire organismes anglais

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire organismes (ENG)

Minors, contracts and consequences

*** 1. On behalf of which consumer protection organization are you answering this survey?**

*** 2. What are the most frequently asked questions or the most frequently requested information with respect to contracts made by minors?**

Minors, contracts and consequences

*** 3. What complaints do you receive most frequently with respect to contracts made by minors?**

Minors, contracts and consequences

*** 4. Does your organization keep statistics on those complaints or other issues with respect to contracts made by minors?**

Yes

No

If so, please explain :

Minors, contracts and consequences

*** 5. Has your organization published legal education material about contracts that are or may be entered into by minors?**

Yes

No

If so, please explain :

Minors, contracts and consequences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire organismes (ENG)

*** 6. Has your organization implemented outreach projects targeting minors?**

Yes

No

If so, please explain :

Minors, contracts and consequences

*** 7. Has your organization funded any research project on contracts made by minors?**

Yes

No

If so, please explain :

Minors, contracts and consequences

*** 8. Does your organization have any future project with respect to contracts made by minors? (for instance: public dissemination of information on this topic)?**

Yes

No

If so, please explain :

Minors, contracts and consequences

*** 9. What are, in general, your main recommendations for the minors and their parents concerning consumer issues?**

Minors, contracts and consequences

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire organismes (ENG)

*** 10. Do you have any other comments which might be useful for our study?**

Yes

No

If yes, please explain :

Annexe 5 : Résultats parents

Mineurs, contrats et conséquences - Questionnaire consommateurs



1. Êtes-vous parent d'au moins un enfant âgé entre 12 et 17 ans?

		Response Percent	Response Count
Oui		78,5%	208
Non		21,5%	57
answered question			265
skipped question			0

2. Combien avez-vous d'enfants âgés entre 12 et 17 ans?

		Response Percent	Response Count
Aucun		1,0%	2
Un seul		66,0%	134
Plus d'un		33,0%	67
answered question			203
skipped question			62





3. Quel est l'âge de votre enfant?

		Response Percent	Response Count
11 ans ou moins		1,0%	2
12 ans		18,1%	36
13 ans		15,1%	30
14 ans		12,1%	24
15 ans		14,6%	29
16 ans		18,1%	36
17 ans		20,6%	41
18 ans ou plus		0,5%	1
answered question			199
skipped question			66





4. Votre enfant gagne-t-il lui-même des revenus, par biais, par exemple, d'un emploi d'été ou occasionnel (à l'exclusion de tout argent de poche ou cadeau)?

		Response Percent	Response Count
Oui		35,1%	68
Non		64,4%	125
Ne sait pas		0,5%	1
answered question			194
skipped question			71

5. Discutez-vous de consommation ou de finances personnelles avec votre enfant?

		Response Percent	Response Count
Beaucoup		17,8%	34
Assez		53,9%	103
Peu		24,6%	47
Pas du tout		3,7%	7
answered question			191
skipped question			74

6. Considérez-vous, en tant que parent, avoir de l'influence sur les choix de consommation de votre enfant?

		Response Percent	Response Count
Beaucoup		21,2%	40
Assez		55,6%	105
Peu		22,2%	42
Pas du tout		1,1%	2
answered question			189
skipped question			76

7. Supervisez-vous la manière dont votre enfant dépense son argent personnel?

		Response Percent	Response Count
Beaucoup		22,2%	42
Assez		49,2%	93
Peu		25,4%	48
Pas du tout		3,2%	6
answered question			189
skipped question			76

8. À votre connaissance, votre enfant mineur a-t-il déjà eu des problèmes avec un commerçant relativement à un bien ou un service qu'il s'est procuré auprès de lui?

		Response Percent	Response Count
Non		81,2%	151
Ne sait pas		11,3%	21
Oui (veuillez préciser)		7,5%	14
answered question			186
skipped question			79

9. Comment ce problème s'est-il réglé?





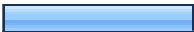



(Par exemple : le commerçant vous a remboursé après quelques discussion, vous avez entamé une poursuite devant les tribunaux, etc.)

	Response Count
	14
answered question	14
skipped question	251

10. Considérez-vous bien connaître les règles juridiques qui s'appliquent aux transactions que concluent les personnes de moins de 18 ans pour se procurer des biens et des services?

		Response Percent	Response Count
Beaucoup		1,1%	2
Assez		31,5%	57
Peu		51,9%	94
Pas du tout		15,5%	28
	answered question		181
	skipped question		84

11. Quels sont vos sources d'information au sujet des règles juridiques applicables aux transactions que concluent les personnes de moins de 18 ans pour se procurer des biens et des services?

		Response Percent	Response Count
Émissions de télévision ayant trait à la consommation (par ex. : « la Facture », « J.E. »)		54,6%	95
Sites Web de vulgarisation juridique (par ex. : educaloi.qc.ca, avocat.qc.ca)		21,8%	38
Sites Web d'organismes ou d'associations de protection du consommateur		43,1%	75
Revue traitant d'enjeux de consommation (par ex. : « Protégez-vous »)		33,3%	58
Journaux		28,2%	49
Parents, amis, collègues de travail		35,1%	61
Je ne m'informe pas sur ce sujet		22,4%	39
Autre (veuillez préciser)		4,0%	7
		answered question	174
		skipped question	91

12. Avez-vous l'impression que la loi autorise un enfant mineur à se procurer, sans autorisation préalable de ses parents, les biens et services suivants :

	Oui	Non	Rating Average	Response Count
Un logement	26,0% (44)	74,0% (125)	0,26	169
Une voiture	26,6% (45)	73,4% (124)	0,27	169
Une propriété immobilière	8,9% (15)	91,1% (154)	0,09	169
Une carte de crédit	32,0% (54)	68,0% (115)	0,32	169
Un téléphone cellulaire	50,9% (86)	49,1% (83)	0,51	169
Un repas au restaurant	89,9% (152)	10,1% (17)	0,90	169
Un billet de cinéma	91,1% (154)	8,9% (15)	0,91	169
Un ordinateur	80,5% (136)	19,5% (33)	0,80	169
Des vêtements	91,1% (154)	8,9% (15)	0,91	169
Une motoneige ou un VTT	18,9% (32)	81,1% (137)	0,19	169
Un prêt personnel dans une institution financière	12,4% (21)	87,6% (148)	0,12	169
Des bijoux de luxe	72,8% (123)	27,2% (46)	0,73	169
Un tatouage	58,0% (98)	42,0% (71)	0,58	169
Une carte de paiement électronique (par exemple, une carte iTunes ou Tim Hortons)	82,8% (140)	17,2% (29)	0,83	169
		answered question		169
		skipped question		96

13. Plus spécifiquement, avez-vous l'impression qu'une personne de moins de 18 ans peut, sans autorisation préalable de ses parents, légalement conclure les transactions suivantes avec un commerçant :

	Oui	Non	Rating Average	Response Count
se procurer des biens ou des services grâce à un programme de type « achetez maintenant, payez plus tard »	17,1% (28)	82,9% (136)	0,17	164
se procurer des biens ou des services de grande valeur	43,3% (71)	56,7% (93)	0,43	164
se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé d'au moins 16 ans	82,3% (135)	17,7% (29)	0,82	164
se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé d'au moins 14 ans	65,9% (108)	34,1% (56)	0,66	164
se procurer des biens ou des services, lorsque le consommateur mineur est âgé de moins de 14 ans	50,6% (83)	49,4% (81)	0,51	164
conclure un contrat de type « abonnement » impliquant des paiements périodiques	41,5% (68)	58,5% (96)	0,41	164
se procurer des biens et des services qui visent à combler des besoins essentiels (par exemple : meubles, nourriture, transport, service téléphonique, etc.)	69,5% (114)	30,5% (50)	0,70	164
		answered question		164
		skipped question		101

14. Peu importe ce qu'en dit la loi, jugez-vous personnellement qu'il est acceptable, d'un point de vue moral et éthique, qu'un enfant mineur se procure, sans autorisation préalable de ses parents, les biens et services suivants :

	Oui	Non	Rating Average	Response Count
Un logement	5,1% (8)	94,9% (150)	0,05	158
Une voiture	3,2% (5)	96,8% (153)	0,03	158
Une propriété immobilière	1,9% (3)	98,1% (155)	0,02	158
Une carte de crédit	2,5% (4)	97,5% (154)	0,03	158
Un téléphone cellulaire	17,7% (28)	82,3% (130)	0,18	158
Un repas au restaurant	94,9% (150)	5,1% (8)	0,95	158
Un billet de cinéma	93,7% (148)	6,3% (10)	0,94	158
Un ordinateur	38,0% (60)	62,0% (98)	0,38	158
Des vêtements	91,1% (144)	8,9% (14)	0,91	158
Une motoneige ou un VTT	3,2% (5)	96,8% (153)	0,03	158
Un prêt personnel dans une institution financière	1,3% (2)	98,7% (156)	0,01	158
Des bijoux de luxe	15,8% (25)	84,2% (133)	0,16	158
Un tatouage	8,2% (13)	91,8% (145)	0,08	158
Une carte de paiement électronique prépayée (par exemple, une carte iTunes ou Tim Hortons)	59,5% (94)	40,5% (64)	0,59	158
answered question				158
skipped question				107

Page 10, Q8. À votre connaissance, votre enfant mineur a-t-il déjà eu des problèmes avec un commerçant relativement à un bien ou un service qu'il s'est procuré auprès de lui?

1	se faire rembourser une garantie prolongée offert par le commerçant dont l'article avait une garantie à vie...	Apr 8, 2011 7:46 AM
2	un site Web demandant un no de cellulaire, qui finit par charger 2\$ par jour pour un concours «gratuit»	Apr 4, 2011 7:43 AM
3	retour de vetement	Apr 3, 2011 8:43 AM
4	achat par internet aux USA	Apr 1, 2011 12:13 PM
5	Produit défectueux et difficulté à faire respecter la garantie	Apr 1, 2011 7:53 AM
6	Mon enfant a un cellulaire, et le fournisseur de service l'a appelée pour lui offrir des options supplémentaires au service de base. Elle a choisi une boîte vocale, gratuite pour le premier mois, et nous avons insisté pour qu'elle voit elle-même à interrompre le service avant de devoir le payer. Ce qu'elle a fait... avec un peu d'aide. Sa carte de guichet a également été clônée au dépanneur situé tout près de son école.	Apr 1, 2011 7:43 AM
7	AMT	Apr 1, 2011 6:09 AM
8	Mauvaise représentation	Apr 1, 2011 5:52 AM
9	Surcharge téléphonie cellulaire. Fausse promesse d'utilisation cellulaire. Salon coiffure: résultats désastreux et frais plus élevé.	Apr 1, 2011 5:46 AM
10	prix affiché incorrect	Apr 1, 2011 4:20 AM
11	cel	Apr 1, 2011 4:07 AM
12	Jeu usage microplay	Apr 1, 2011 3:39 AM
13	je ne sais pas plus que ça	Mar 31, 2011 9:49 PM
14	Future Shop avait une promotion et ils ont attendu 2h à la porte et quand cela à ouvert ils dit non ici à Lachenaie ya pas cette promotion et pourtant elle était dans le circulaire il à fallu que moi j'écrive au bureau chef pour avoir la remise promotionel avec achat!	Mar 31, 2011 7:52 PM

Page 11, Q9. Comment ce problème s'est-il réglé?**
(Par exemple : le commerçant vous a remboursé après quelques discussion, vous avez entamé une poursuite devant les tribunaux, etc.)**

1	le commerçant vous a remboursé après quelques discussion	Apr 8, 2011 7:46 AM
2	Problème pas réglé. Demandé remboursement. Refusé. Plainte à l'OPC, à la Régie des loteries, etc. (mais je vais peut-être vous appeler aussi, finalement!)	Apr 4, 2011 7:43 AM
3	le commerçant vous a remboursé après quelques discussion	Apr 3, 2011 8:43 AM
4	après plusieurs téléphones	Apr 1, 2011 12:14 PM
5	Le père a du se présenter au commerce et finalement le commercant a remplacé le produit	Apr 1, 2011 7:54 AM
6	Voir la réponse précédente. Je crois qu'elle a bien mené le dossier...	Apr 1, 2011 7:44 AM
7	Tribunal	Apr 1, 2011 6:10 AM
8	Cellulaire: appel pour explications concernant les surcharges impliquant internet. Leur réponse: votre enfant doit accrocher la touche internet. Ma réponse: j'ai exigé qu'on bloque cette touche. On m'a remboursé la moitié des frais, soit 250\$. Notez que j'ai discuté avec plusieurs employés avant d'en trouver un acceptant de bloquer l'accès internet!	Apr 1, 2011 5:54 AM
9	Pas réglé, montant infime (env 25\$)	Apr 1, 2011 5:53 AM
10	pas réglé, mon fils a quitté le commerce	Apr 1, 2011 4:21 AM
11	le commerçant nous a remboursé après quelques discussion	Apr 1, 2011 4:07 AM
12	Remboursement après discussion	Apr 1, 2011 3:40 AM
13	Office protection	Mar 31, 2011 9:49 PM
14	J'ai écrit pour mon fils et je me suis battut pour enfin avoir gain de cause, si cela était inscrit dans le circulaire et bien il devait le respecter car aucun avis contraire n'avait été mentionné tout les autres futures Shop avait honorer la promo sauf Lachenaie	Mar 31, 2011 7:54 PM

Page 13, Q11. Quels sont vos sources d'information au sujet des règles juridiques applicables aux transactions que concluent les personnes de moins de 18 ans pour se procurer des biens et des services?

1	études en administration	Apr 6, 2011 8:21 PM
2	Cours sur les droits et lois du Québec	Apr 1, 2011 10:35 AM
3	Je travaille dans le domaine de la protection du consommateur	Apr 1, 2011 5:02 AM
4	je n'en connais pas	Apr 1, 2011 4:41 AM
5	ma mere	Apr 1, 2011 4:23 AM
6	Étudiante en droit	Mar 31, 2011 9:50 PM
7	Pour moi qu'il soit ado ou non un achat doit avoir les mêmes droit que moi adulte, un contrat tout dépend si pour achat de cellulaire?? cela ne devrait pas exister avant 18 ans et ce pour tout les contrats.	Mar 31, 2011 7:55 PM

Annexe 6 : Cas médiatisés

Ce que les médias rapportent comme problématiques liées à la consommation par les jeunes

Le téléphone cellulaire

Le téléphone cellulaire qu'il soit « barré » sur l'usage de quelques numéros choisis, prépayé ou intelligent, est, selon l'information disponible dans le web la première source contractuelle de frustration et d'endettement chez les jeunes et leurs parents.

Cela s'explique sans doute par le fait que son usage chez les jeunes Québécois et Canadiens en est de plus en plus répandu et que le secteur de télécommunication soit très peu encadré juridiquement.

Le 7 septembre 2009, l'émission *Légitime dépense* diffusée sur les ondes de Télé-Québec se penchait sur le sujet du premier téléphone cellulaire des adolescents. Sur une page web de présentation du sujet de l'émission, on apprend que :

Les adolescents d'aujourd'hui sont les plus riches et les plus dépensiers de l'histoire. Les 14-18 ans sont devenus une cible de choix pour les publicitaires. Dans le langage des professionnels de la publicité, ces « prescripteurs d'achats » d'aujourd'hui sont aussi « les clients de l'avenir ». Il importe de les fidéliser au plus vite! Depuis quelques années, certaines agences de publicité québécoises, comme Virus 1334 (pour 13 à 34 ans), ont décidé de se spécialiser en ciblant particulièrement la clientèle jeunesse. Si la loi protège les moins de 13 ans, interdisant la pub directe aux enfants en bas âge, les publicitaires ont le feu vert pour courtiser votre jeune ado à partir de l'âge de 14 ans.²²⁴

Mathieu Turbide, rédacteur au Journal de Montréal, rapporte ce qui suit sur l'usage du cellulaire fait par les jeunes à la fin d'un article concernant l'endettement des jeunes avec le téléphone cellulaire :

QUELQUES FAITS

Une étude australienne a démontré que les enfants commencent, en moyenne, à utiliser un cellulaire à l'âge de 13 ans.

Une autre recherche australienne a établi que 25 % des jeunes de 8 à 13 ans utilisent un cellulaire dans ce pays.

Au Canada, 5 % des enfants de 8 à 12 ans et 30 % des enfants de 13 à 15 ans ont accès à un cellulaire dont ils sont le principal utilisateur, selon l'Association canadienne de la téléphonie sans fil.

²²⁴ Émission *Légitimes dépenses*, Consommation jeunesse, Mon premier cellulaire, Télé-Québec, Montréal, Canada, 2011. [En ligne] <http://legitimedepense.telequebec.tv/sujets.aspx?id=8> (consulté le 14 juin 2011).

Selon une étude suisse, ceux qui s'habituent à utiliser le téléphone cellulaire durant leur jeune âge l'utilisent davantage que les autres à l'âge adulte²²⁵.

a) Au Québec

Dans le Journal de Montréal, le journaliste Mathieu Turbide rapporte que :

Les jeunes s'endettent avec leur cellulaire

Les jeunes qui signent des contrats pour obtenir un téléphone cellulaire ne savent pas dans quoi ils s'embarquent et se retrouvent souvent incapables de payer leur compte, révèle une étude réalisée récemment par Option consommateurs.

L'organisme a suivi et interrogé une soixantaine de jeunes de 15 à 25 ans pour découvrir que la plupart d'entre eux ont sous-estimé le coût de leurs téléphones cellulaires.

Les jeunes sont attirés par les forfaits à long terme, parce que cela leur permet d'avoir un téléphone gratuit.

« Conséquence : ils se retrouvent avec des forfaits qui ne conviennent pas à leurs besoins. [...] Autre constatation : lorsqu'ils reçoivent leur facture, les jeunes sont souvent surpris de la somme à payer, qui est plus élevée que prévu », peut-on lire dans le document de 210 pages qui a été remis récemment à Industrie Canada, qui a financé la recherche.

L'équipe de chercheurs, dirigée par Maryse Guénette, a aussi fait le constat que beaucoup de jeunes ignorent l'existence même des frais de résiliation de contrat.

[...]

Selon les auteurs de l'étude, les entreprises étudiées, Bell, Rogers (incluant Fido) et Telus (incluant Koodo), informent mal leurs clients au moment de faire signer les contrats.

« Nous avons découvert que, la plupart du temps, bien que ces modalités soient faciles à trouver, elles sont difficiles à comprendre, que les frais demandés y sont rarement précisés et que l'intérêt sur les paiements en retard ainsi que les frais de résiliation sont très élevés.»²²⁶

²²⁵ TURBIDE, Mathieu, Les jeunes s'endettent avec leur cellulaire, Canoe, Montréal 26 janvier 2010. [En ligne] <http://fr.canoe.ca/techno/nouvelles/archives/2010/01/20100126-115523.html> (consulté le 14 juin 2011).

²²⁶ Op. Cit., Note 225.

Marc Tison, journaliste à La Presse, écrit pour sa part que :

Les ados et le cellulaire : des clients mal renseignés

Publié le 16 novembre 2007 à 0 h | Mis à jour le 16 novembre 2007 à 6 h 41

Les trois jeunes rigolos bigarrés qui utilisent leurs cellulaires à toutes les sauces dans une série de pubs télé ont eu de la chance s'ils ont pu obtenir l'information appropriée au moment de leur achat.

La publicité attire les jeunes -et les très jeunes- dans les magasins de téléphones cellulaires, mais une fois sur place, ils sont souvent mal accueillis, mal renseignés, mal conseillés.

Bref, l'information manque à l'appel.

C'est ce que révèle une enquête réalisée par Option consommateurs en octobre, novembre et décembre 2006.

C'est lors du trimestre qui précède les Fêtes que les compagnies de téléphonie cellulaire enregistrent le plus grand nombre de ventes 607 000 nouveaux abonnés au Canada durant les trois derniers mois de 2006, davantage que dans les six premiers mois.

Pour vérifier quel accueil on leur réservait, six jeunes de 12 à 17 ans ont chacun visité six magasins des bannières Bell, Fido, Rogers, Telus, Virgin et La cabine téléphonique, en annonçant d'entrée qu'ils n'y connaissaient rien.

Deux enquêteurs adultes se tenaient discrètement à proximité pour prendre note des échanges.

« La première chose que nous avons notée, c'est le peu d'intérêt que les vendeurs ont montré pour nos enquêteurs adolescents, indique Maryse Guénette, coauteure de l'enquête. Très peu les ont bien renseignés, plusieurs ont semblé peu intéressés à les servir, certains les ont même ignorés complètement. »

Sur les 36 vendeurs rencontrés, seulement trois ont demandé sur quel territoire le jeune client comptait utiliser son cellulaire.

À peine sept se sont enquis de la fréquence de l'usage, pour orienter le jeune vers le forfait ou le paiement à la carte. Moins de la moitié des vendeurs ont demandé quand le téléphone serait utilisé -une donnée essentielle pour le choix d'un forfait approprié.

L'information fournie n'était pas plus généreuse. Ainsi, seulement six vendeurs ont expliqué la différence entre un forfait et un service à la carte.

Aucun n'a précisé qu'une rupture de contrat entraînait des frais. À peine six conseillers ont indiqué à leur jeune client combien lui coûterait chaque mois l'usage de son cellulaire.

« Dans ce contexte, on peut se demander comment il se fait que 26 vendeurs se soient sentis suffisamment à l'aise pour faire une suggestion à nos jeunes enquêteurs », relèvent les auteurs de l'enquête.

De son côté, Bell Mobilité indique qu'elle va étudier les résultats de l'enquête avant d'apporter, s'il y a lieu, les correctifs nécessaires.

« Il faut une interaction entre le vendeur, le mineur et ses parents, qui doivent travailler ensemble », soutient le porte-parole, Jacques Bouchard²²⁷.

b) Au Canada

Le site de l'Hôpital de Montréal pour enfants du Centre universitaire de santé McGill rapporte qu'un sondage en ligne mené sur le site web About.com demandait aux parents à quel âge les enfants devraient avoir leur premier téléphone cellulaire. Plus de 57 % des 3 700 réponses reçues étaient en faveur du cellulaire entre 10 et 13 ans.²²⁸

Si l'appareil a déjà été un simple téléphone, il l'est de moins en moins. Renée Laurin, rédactrice au Journal de Québec, révélait :

Facturation mobile

Le cellulaire, ami ou ennemi des ados?

Mademoiselle Rêve veut un cellulaire. À 15 ans, on ne peut plus s'en passer, me dit-elle. Après tout, TOUS ses amis en ont un...

Et bien Mademoiselle Rêve peut toujours rêver. Elle n'aura pas de cellulaire.

Je me fiche de savoir que ses amis en ont un. Quand bien même toute la population de la planète se promènerait avec un cellulaire en poche, je resterais inébranlable. Je suis résolument contre.

Elle pourra toujours prendre le mien en cas de nécessité, mais tant qu'elle ne sera pas en mesure d'assumer elle-même les coûts d'un besoin imaginaire créé de toutes pièces par une industrie en quête de profits démesurés, je ne marcherai pas.

Non, mais c'est quoi cette maladie de vouloir être joignable, 24 h sur 24.

Je me fâche rarement, je déteste remettre en question les choix que font les autres parents, mais lorsqu'il est question de cellulaire, de BlackBerry et autre portable, je perds toute objectivité.

Je n'arrive tout simplement pas à trouver une raison valable pour justifier l'achat d'un cellulaire à un adolescent.

²²⁷ TISON, Marc, Les ados et le cellulaire: des clients mal renseignés, La Presse, section Affaires, Montréal, 16 novembre 2007. [En ligne] <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/economie/200901/06/01-681843-les-ados-et-le-cellulaire-des-clients-mal-renseignes.php> (consulté le 21 juin 2011).

²²⁸ Hôpital de Montréal pour enfants du Centre universitaire de santé McGill, Quel âge pour un cellulaire? À vous de décider! Montréal, 12 avril 2011. [En ligne] <http://www.hopitalpourenfants.com/fr/sante/pathologies.aspx?iID=506> (consulté le 15 juin 2011).

À L'OCCASION

À la limite, je peux comprendre qu'on lui en fournisse un à l'occasion pour être en mesure de le retracer facilement lorsqu'il sort tard le soir, lorsqu'il doit voyager seul sur de grandes distances en empruntant les transports publics, etc. Savoir qu'on peut communiquer avec notre enfant en tout temps et qu'il peut faire de même, en cas de besoin, nous rassure.

Sauf que dans les faits, les jeunes possèdent pour la plupart leur propre téléphone et s'en servent généralement pour bien d'autres raisons que pour nous rassurer.

En 2005, 46 % des jeunes Canadiens de cinquième secondaire possédaient leur propre cellulaire, selon un sondage réalisé par le Bureau de la consommation du Canada. D'autres sources sur le Web parlent maintenant de deux ados sur trois.

Selon le même sondage, les jeunes s'en servent d'abord pour téléphoner, puis pour écrire ou recevoir des messages textes, prendre des photos et télécharger de la musique.

On mentionne aussi que les options les plus demandées au moment d'acheter un cellulaire ou de s'abonner à un forfait sont la prise de photo, le lecteur MP3 intégré et surtout les textos. Ça en dit long sur l'usage qu'ils comptent en faire et sur le montant de la facture que les parents risquent d'avoir à payer au bout du mois s'ils sont responsables du compte d'un jeune qui dépasse, souvent sans s'en rendre compte, les limites permises par le forfait.

Carole Grenier, coach budgétaire pour particuliers, me confiait récemment qu'un de ses clients, qui venait d'acheter un téléphone cellulaire à son ado, s'est retrouvé avec une facture de 200 \$ à payer.

Dans le cadre d'une étude toute fraîche d'Option consommateur sur les cellulaires et l'endettement des jeunes, « plusieurs jeunes ont affirmé payer chaque mois une somme plus élevée que prévu. Cette différence était de 10 \$ à... 60 \$ par mois ».

Souvent, ils se laissent convaincre par des publicités trompeuses qui leur promettent par exemple l'utilisation illimitée des textos. Or cette clause s'applique souvent pendant une période limitée. Le délai de gratuité passé, la facture mensuelle se met soudain à grimper et les jeunes qui s'étaient engagés au départ à tout payer, ne sont plus en mesure de le faire.

Si les parents refusent de payer la note, ils se retrouvent avec des dettes et un dossier de crédit avant même de pouvoir voler de leurs propres ailes.

DES RAISONS POUR NE PAS ACHETER DE CELLULAIRE À VOTRE ADO

Les risques pour la santé ne sont pas encore clairement établis. L'OMS passe en revue une quantité importante de recherches scientifiques sur le sujet, mais le rapport ne sera pas publié avant 2010.

« Les jeunes utilisent souvent leur téléphone cellulaire plus que ne le font les autres consommateurs, soit durant, en moyenne, 84 (plutôt que 71) minutes chaque semaine. Et ils l'utilisent davantage pour leurs besoins personnels. » (Option consommateurs, étude 2007)

Les jeunes sont des proies faciles pour les vendeurs. «Ils (les vendeurs) sont souvent avares d'information, ce qui peut être préjudiciable pour les jeunes consommateurs. Seulement six vendeurs sur 36 (16,5 %) ont dit à nos jeunes enquêteurs combien leur coûterait chaque mois leur téléphone cellulaire» . (Option consommateurs, étude 2007) Le cellulaire, comme le iPod, mine la concentration des élèves. Ceux qui en font un usage intensif réussiraient moins bien à l'école, selon une étude de la Kaiser Family Foundation.

Les ados risquent de s'endetter et d'avoir un mauvais dossier de crédit.

Un adolescent qui utilise son cellulaire pour flirter en exposant des photos ou vidéos pornographiques peut faire face à des accusations de pornographie juvénile, même s'il s'agit d'autoportraits.

Certains adolescents font un usage abusif de leur cellulaire. Ils s'en servent pour tricher aux examens ou encore pour filmer et prendre des photos des gens à leur insu.

Il se pourrait que les cellulaires soient responsables du caractère parfois grincheux des adolescents. On a trouvé que l'usage excessif du cellulaire par les adolescents avait tendance à favoriser l'agitation et la perturbation du sommeil.²²⁹

Les textos²³⁰

Les textos, ces mini messages textuels expédiés par des téléphones cellulaires ou des ordinateurs vers des téléphones cellulaires, font le bonheur des vendeurs de tout acabit. En effet, ces messages peuvent, selon la politique de l'entreprise qui vend le service de téléphonie cellulaire, être gratuits, gratuits en partie ou facturables.

a) Au Québec

En 2006, Marc Tison journaliste à La Presse, section affaires, alertait le public au sujet des formes variées que pouvaient déjà prendre les textos. On pouvait lire :

Pièges à ados sur cellulaire

Son cellulaire l'a bien fait rire. Jusqu'à ce que sa mère reçoive le compte. Elle l'a trouvée moins drôle.

Son fils, raconte Denise Chicoine, avait acquiescé à l'offre de téléchargement d'une blague quotidienne sur son cellulaire, en messagerie texte. Tout cela gratuitement, il va sans dire. En fait, il était le dindon de la farce.

²²⁹ LAURIN, Renée, Le cellulaire, ami ou ennemi des ados?, Journal de Québec, 8 mars 2011. [En ligne] <http://lejournaldemontreal.canoe.ca/journaldemontreal/votrevie/famille/archives/2011/03/20110308-094340.html> (consulté le 19 juin 2011).

²³⁰ Textos. En anglais : SMS ou short message service, courts messages textes, Wikipédia. [En ligne] <http://fr.wikipedia.org/wiki/Textos> et http://fr.wikipedia.org/wiki/Short_Message_Service (consultés le 15 juin 2011).

Une somme de 25 \$ s'est éventuellement ajoutée à la facture mensuelle de sa mère. « Ils lui facturaient environ un dollar par jour pour la blague, explique-t-elle. Comique, non? »

Le farceur facturait ses services par l'intermédiaire du fournisseur de téléphonie sans fil. Au terme de longues et complexes démarches maternelles, le joyeux service a finalement été interrompu.

« Ce téléphone cellulaire que j'ai donné à mon enfant servait à le trouver en tout temps, s'indigne Mme Chicoine. Mais les jeunes peuvent s'abonner à des services qui coûtent une fortune sans l'autorisation de leurs parents, alors qu'ils sont mineurs. »

Les jeunes utilisateurs de cellulaires sont en effet soumis à d'alléchantes tentations-sonneries et tonalités d'attente personnalisées, blagues, chansons, capsules mode à 25 cents la pièce... Ces produits peuvent être sélectionnés à partir du téléphone, du portail Internet du fournisseur de services sans fil ou d'un autre site Web.

« Les ados constituent le marché émergent du cellulaire et représentent un potentiel énorme de revenu », soutient André H. Caron, directeur du Centre interdisciplinaire de recherche sur les technologies émergentes de l'UdM. Il est l'auteur, avec Letizia Caronia, de l'ouvrage Culture mobile, sur la relation entre cellulaires et jeunes.

Les mineurs ne devraient pas pouvoir s'engager sans l'accord des parents, mais « c'est l'omniprésence des technologies qui fait qu'on ne peut plus contrôler toutes les offres et les messages qui circulent », constate-t-il.

Dans le cas de notre lectrice, la tarification des blagues gratuites était-elle mentionnée quelque part? Sans doute, en petits caractères relayés par un discret astérisque.

Patricia Lefebvre, responsable de la section Jeunesse chez Option consommateurs, a trouvé d'autres explications dans les séances d'information sur l'utilisation des cellulaires qu'elle donne dans les écoles.

« Les jeunes me disent que les premiers mois d'un service sont gratuits et que, lorsqu'il ne l'est plus, ils sont déjà habitués à télécharger et oublient d'annuler ce service, expose-t-elle. Ou encore, on leur a dit qu'il y avait un certain nombre de minutes de téléchargement gratuit, mais ils se rendent compte que le téléchargement de la chanson prend davantage de temps et ils ne s'arrêtent pas en cours. »

Dans un cas comme dans l'autre, le parent entendra bientôt sonner la caisse enregistreuse.

[...]

Jean-Jacques Préaux, de l'Office de la protection du consommateur, recommande aux jeunes de toujours prendre le temps de lire les conditions de toute offre de services

connexes. « C'est lorsqu'on appuie sur le bouton 'J'accepte' après un long texte que surviennent des surprises qu'on n'attendait pas », souligne-t-il²³¹.

En 2008, Union des consommateurs mettait les consommateurs en garde contre les textos empoisonnés et donnait des ressources pour savoir comment mettre fin à leur réception :

Méfiez-vous des textos empoisonnés

Les messages textes non désirés

Sonneries gratuites, concours pour gagner un baladeur, horoscope, blagues, tests « d'intelligence », jeux... Autant d'appâts qui sont annoncés sur des sites web, des publicités à la télévision, des textos ou des courriels... Autant de raisons d'être sur vos gardes.

Si l'on vous demande d'inscrire votre numéro de cellulaire sur une page web ou d'envoyer, à partir de votre cellulaire, un message texte à un numéro abrégé (généralement à cinq (5) ou six (6) chiffres), méfiez-vous!

Plusieurs de ces services constituent une forme d'abonnement et dès que vous vous abonnez, vous recevez un message texte, puis un autre, puis un autre... Le manège peut coûter cher. Des abonnés de téléphone cellulaire ont rapporté à l'Union des consommateurs avoir reçu plusieurs messages textes par semaine, coûtant autour de deux dollars chacun, en plus, le cas échéant, des frais réguliers de textos entrants facturés par la compagnie de cellulaire.

En principe, chaque consommateur qui s'abonne est avisé des frais rattachés à ce service et doit y consentir de façon explicite. Dans la réalité, le consommateur ne donne pas toujours un consentement éclairé. Le « contrat », quand il existe, est souvent écrit avec des caractères illisibles ou de façon incompréhensible. Certains consommateurs prétendent de façon catégorique n'avoir donné aucun consentement.

Souvent, les consommateurs ne se rendent compte du piège qu'en recevant leur facture, à la fin du mois, et en y découvrant une « surprise », des frais inscrits sous une rubrique nommée « services supérieurs » ou « messages de qualité » ou encore, « services premiums » qui peuvent atteindre quelques centaines de dollars.

²³¹ TISON, Marc, Pièges à ados sur cellulaire, La Presse, section Technaute, Montréal, 3 avril 2006. [En ligne]
<http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/mobilite/200604/03/01-15404-pieges-a-ados-sur-cellulaire.php>
(consulté le 14 juin 2011).

En 2011, le problème, loin d'être endigué, semble même gagner du terrain. En mai 2011, Stéphane Dussault, journaliste pour le magazine Protégez-vous, spécialisé en consommation, dédiait un article aux textos empoisonnés destinés aux enfants. On pouvait lire :

Cas vécu : comment arnaquer une enfant en sept étapes faciles

Un concours « gratuit » offert sur le Web, mais facturé sur le cellulaire... Les textos empoisonnés contaminent même les sites pour enfants. Résultat : une facture de téléphone salée. Le cas vécu de Simone, 12 ans, et de ses parents.

En consultant le relevé de compte du téléphone portable de Simone, notre fille de 12 ans, nous remarquons un supplément de 40 \$ par rapport aux factures habituelles. Nous contactons le fournisseur de téléphonie, qui nous souligne qu'elle a participé à un concours et qu'il faut appeler les responsables pour obtenir les détails. « Mais le concours était gratuit! » se défend Simone. Refaisons le parcours de notre enfant pour nous y retrouver.

Les sept étapes de l'arnaque

Étape 1 : choisir un site Web pour enfants

Les problèmes commencent sur le site Web Cromimi, où les enfants peuvent élever des rongeurs virtuels. Pour trouver une solution à un problème technique, Simone va dans son navigateur de recherche et tape « Astuce Cromimi ». Bravo pour l'initiative, mais bonjour les problèmes!

Étape 2 : attirer l'œil de la victime avec un concours

Elle atterrit sur le site Top-Astuce, qui donne un coup de pouce aux enfants dans plusieurs jeux, dont Cromimi. Malheureusement, l'œil de Simone est attiré par un bandeau publicitaire qui lui annonce qu'elle a été choisie comme candidate pour un prix. « Cliquez ici pour gagner », lui suggère-t-on. Ce qu'elle fait avec bonheur. Qui refuserait un gain qui ne nécessite qu'un clic?

Étape 3 : faire miroiter un prix alléchant

Bonheur! Le prix est un iPad, justement la bécote que nous refusons de lui acheter pour son anniversaire, jugeant que sa Nintendo DS et son téléphone portable, la télé et l'ordinateur de la famille, la Wii de sa sœur et le iPod Touch de sa mère suffisent comme attirail techno...

Étape 4 : poser une question facile

Ayant été élevée dans un environnement Macintosh, notre préado n'a aucune difficulté à trouver la bonne réponse.

Étape 5 : demander un numéro de cellulaire, l'air de rien

Pourquoi demander un numéro de téléphone portable pour décerner un prix? De toute évidence, c'est la dernière des questions que se pose Simone, obnubilée par l'iPad.

Étape 6 : envoyer un code PIN « sans frais » sur le cellulaire

C'est gratuit, donc ça va bien. Simone lâche l'ordinateur et passe à son téléphone pour récupérer son code PIN sans frais.

Étape 7 : envoyer un texto par jour et facturer chaque utilisation du code

Le peu de méfiance qui lui restait et la difficulté de compréhension du message texto ont eu raison de notre jeune fille. Elle apprendra un mois plus tard qu'obtenir le code PIN était gratuit, mais que l'utiliser coûtait quelque chose. Un détail de 40 \$, puisqu'on lui envoyait un texto par jour pour lui suggérer d'ajouter un autre cybercoupon de participation. Simone ne se doutait pas qu'on lui facturait 2 \$ pour chacune de ces inscriptions. Ce n'est qu'après la réception de la facture mensuelle que notre ingénue a cessé de participer.

L'entreprise refuse de rembourser

Isabelle, la mère de Simone, envoie aussitôt un courriel au responsable du concours, une entreprise nommée R&D Media : « Je suis stupéfaite de constater que l'on peut solliciter des enfants mineurs avec des concours où on doit payer pour participer. Je croyais que c'était illégal et que les concours étaient réservés aux 18 ans et plus », écrit-elle avant de demander un remboursement.

Elle se fait répondre que le texto était limpide. « Nous ne voyons malheureusement aucune raison de vous rembourser. Sur nos règlements, on signale que c'est interdit à des mineurs et que s'ils ont bien envie de s'inscrire il faut demander l'autorisation aux parents. Selon la loi canadienne, vous êtes entièrement responsable des actes de votre fille. »

Isabelle réplique en écrivant notamment : « Avec des messages aussi peu lisibles que «(Joue! (2 \$/msg,1msg/jour) > ENTRER CODE : 7513 < (info : zemgo.com, frais données possibles, question, Envoie STOP pour arrêter, 18+)», comment voulez-vous que l'on comprenne tout ce que vous prenez la peine de m'expliquer sur une page entière dans votre courriel d'explications! Je vous rappelle que vous appâtez vos proies sur un site de jeux pour jeunes enfants. »

L'entreprise lui répond essentiellement qu'elle reste sur ses positions²³². [...]

Des internautes commentent :

Par Marjolaine Lalonde

Je suis désolée pour cette famille, mais ma première réaction est que fait une jeune fille de 11 ans avec un cellulaire. Est-ce vraiment essentiel? Il est évident qu'elle n'a pas la maturité pour comprendre tout ce qu'elle peut faire avec ce genre d'appareil. Si les jeunes doivent absolument avoir un cellulaire, alors, les compagnies (Telus, fido, Rodgers et autres) devraient avoir des forfaits moins de 18 ans pour lesquels ce genre de facturation est interdit. Un peu comme un compte jeunesse à la banque qui limite le genre de transaction que le détenteur du compte peut faire. Mais néanmoins lorsqu'un parent est d'accord pour mettre entre les mains de son jeune un cellulaire et bien il doit assumer sa décision et payer pour les gaffes de son jeune. J'ai eu des enfants qui sont maintenant de jeunes adultes et ils n'ont pas eu de cellulaire avant l'âge de 16-17 ans. Ils étaient alors responsables du paiement de leur compte.

26 mai 2011 Par Cécile Savoie

²³² DUSSAULT, Stéphane, Cas vécu: comment arnaquer une enfant en sept étapes faciles, Protégez-vous, Montréal, mai 2011. [En ligne] <http://www.protegez-vous.ca/affaires-et-societe/cas-vecu-arnaquer-enfant.html> (consulté le 14 juin 2011).

Je comprends votre réaction, mais ici, les parents ne s'opposent pas à assumer la responsabilité des actes de leur enfant (ils paient). Ce qui est en cause ici n'est pas les choix éducatifs, mais bien l'étude d'une tactique commerciale pour déterminer si elle est légalement acceptable (puisque l'on s'entend à peu près pour dire que moralement, elle ne l'est pas!) Autrement dit, cette entreprise est-elle encore du côté légal de la limite ou l'a-t-elle dépassée? À mon sens, une entreprise éthique et bien intentionnée s'arrange pour éviter de profiter de loopholes et tâche d'avoir une politique commerciale située à une distance évidente de la limite. Une entreprise qui cherche à tromper, au contraire, fait tout pour confondre et rendre la limite imprécise. Dommage que le péché d'intention ne soit pas criminellement recevable²³³.

Suite à l'article de monsieur Dussault, le magazine Protégez-vous invitait les internautes abonnés à prendre part au débat en commentant un cas réel à la section Vox Conso. On pouvait lire :

*Vox conso
Affaires et société
Publicité internet pour enfants*

J'ai un ami qui s'est fait facturer un montant de 922 \$ par Voxtel suite à des appels effectués à un numéro 1-900 par ses enfants âgés entre 8 et 11. Il s'agit à la base du site Blablaland (qui vise directement les enfants en très bas âge) incitant les enfants à appeler à ce numéro pour avoir de la monnaie virtuelle. Les appels coûtent 5 \$ chaque et il est possible d'en placer 2/minute donc imaginez la vitesse à laquelle augmente le compte de téléphone! Et pas trop trop gratuit le site pour enfants. C'est d'abord Allopass (compagnie française) qui offre ce mode de paiement à l'exploitant du site et c'est d'ailleurs sous ce nom qu'apparaissent les frais. Voxtel est la compagnie québécoise qui se charge de facturer la compagnie de téléphone de l'abonné qui elle facture son abonné.

Ah oui, j'oubliais! Sur le site de Blablaland, il est aussi possible de participer à des loteries pour gagner de la monnaie virtuelle! Tout un jeu d'enfant!

Ça m'a tout l'air d'un contrat de service conclu à distance (art. 54.1 et ss. de la LPC). Est-ce qu'un enfant de 8 ans, par exemple, est apte, en vertu de l'art. 1398 du CcQ à donner son consentement dans un tel cas?

Est-ce légal de s'adresser ainsi à de si jeunes enfants pour soutirer autant d'argent des parents?

Si non, est-ce qu'on pourrait invoquer la nullité absolue du/des contrat(s) (art.161, 1416, 1417 CcQ)?²³⁴

Au 14 juin 2011, soit après un mois de sa publication et malgré que 6 internautes aient jugé le sujet « intéressant », ce vox consommateur du magazine Protégez-vous n'avait encore suscité aucun commentaire.

²³³ *Op. Cit.*, Note 231.

²³⁴ LYNCH, Cynthia, Publicité internet pour enfants, Protégez-vous, Montréal, mai 2011. [En ligne] <http://www.voxconso.ca/publicite-internet-pour-enfants.html> (consulté le 14 juin 2011).

Itunes

a) Au Québec

Le 25 avril 2009, Stéphanie Grammond, journaliste à La Presse, rapportait l'histoire d'un adolescent qui avait engagé pour 2207 \$ d'achats sur itunes.

Son ado flambe 2207 \$ sur iTunes à son insu

Publié le 26 avril 2009 à 11h22 | Mis à jour le 26 avril 2009 à 11h27

Les adolescents sont souvent les premiers à se débrouiller avec les gadgets technologiques dernier cri. Leurs réflexes de consommateurs ne sont cependant pas aussi aiguisés, si bien qu'ils commettent des gaffes très coûteuses... pour leurs parents. Sylvain, par exemple, a eu une très mauvaise surprise. Sa fille a l'habitude de télécharger de la musique à partir du site web d'Apple, iTunes. Elle utilise normalement des cartes prépayées. Au début de février, toutefois, elle lui a demandé sa carte de crédit afin d'acheter un jeu pour son iPod Touch (ces logiciels ne peuvent être achetés avec une carte prépayée). Sylvain a accepté. Sur l'ordinateur, il a entré les informations de sa carte de crédit et a réglé l'achat de 9,99 \$.

« Au début mars, j'ai presque fait un infarctus en voyant le solde de ma carte », raconte Sylvain. Sur son relevé de compte figurait une ribambelle d'achats de chansons au magasin iTunes, pour un total de 2207 \$.

Sa fille, atterrée, lui a expliqué la méprise : comme elle avait réussi à télécharger de la musique au-delà de la limite de sa carte prépayée, elle a cru qu'elle pouvait l'obtenir gratuitement. Une réaction très naïve, il faut bien le dire. Elle en a donc profité pour télécharger autant de chansons que possible sur son iPod.

Sylvain a déduit qu'Apple avait conservé les informations de sa carte de crédit et a continué de débiter son compte... à son insu. Il a appelé immédiatement l'émetteur de sa carte de crédit afin de dénoncer cette pratique. Mais on lui a répondu que pour renverser les transactions, il devait porter plainte pour fraude contre sa propre fille!

Il s'est rabattu sur Apple. Un responsable du magasin iTunes lui a expliqué gentiment la politique du magasin : les ventes sont non remboursables. « Mais je peux très bien comprendre à quel point la situation est démoralisante pour vous », lui a-t-il écrit. Faisant une entorse à la règle, il a accordé à notre correspondant un remboursement partiel de 607 \$, soit plus du quart de la facture.

Le responsable a souligné à Sylvain que le processus de paiement est clairement exposé dans les conditions générales d'iTunes, un document d'environ 40 pages que tous les acheteurs acceptent avant d'utiliser les produits.

En effet, ce contrat est bourré de mises en garde. Par exemple, quand vous ouvrez un compte, vous acceptez qu'iTunes conserve les informations sur votre carte de crédit qui peuvent ensuite être utilisées pour votre facturation.

Plus loin, le contrat précise que les transactions seront débitées sur votre carte de crédit si la carte prépayée que vous utilisez n'est plus valide. Un genre de facturation en cascade. Et encore plus loin, on explique que lorsque vous accédez à iTunes de votre

iPod ou iPhone au moyen du Wi-Fi, la fonctionnalité 1-Click s'active. Dès lors, « le fait de cliquer sur le bouton «Acheter» lancera le téléchargement immédiatement et validera votre transaction sans aucune formalité supplémentaire ».

Voilà donc comment la fille de Sylvain a pu si facilement porter toutes les transactions sur la carte de crédit de son père « sans aucune formalité supplémentaire ».

Sylvain jure que s'il avait compris la portée des conditions d'achat de iTunes, jamais il n'aurait donné son numéro de carte de crédit.

Joint par La Presse, Jason Roth, porte-parole d'Apple pour iTunes, n'a pas voulu commenter le cas précis de Sylvain. Apple considère que les mises en garde sont claires et que l'information n'est pas « enterrée » dans le contrat.

Pour obtenir davantage, Sylvain devra tenter sa chance aux petites créances. La cause n'est pas gagnée, « mais c'est jouable », avance Vincent Gautrais, titulaire de la chaire de l'Université de Montréal en droit de la sécurité et des affaires électroniques. Selon les nouvelles règles sur les contrats à distance de la Loi sur la protection du consommateur, le commerçant doit présenter l'information de manière claire et évidente.

Mais sur le web, « on se retrouve dans une situation totalement ubuesque où les contrats grossissent de plus en plus. Le contrat de Yahoo gonfle de 10 % par an, dit M. Gautrais.

Ça devient humainement impossible à lire²³⁵ » .

b) Au Canada

Andrea Gordon rapporte, dans un article du Star :

Meet Danny, a typical teen. Except when he first flashes across the TV screen, he's kneeling in a playpen. A caption introduces him as "Recovering Momma's Boy." Seconds later, Danny is in a highchair, protesting, "I'm not a baby, mom!"

Switch to voiceover and Danny sums up his problem: "I really wasn't in control of my life." Enter the MuchMusic Prepaid MasterCard. The baby equipment disappears. Danny, now a big boy, tells us his new card means freedom. Money matters are "as easy as loading it and spending it."

MuchMusic, which joined forces with MasterCard this spring to launch the new payment card aimed at teenagers as young as 13, sure knows its target market. The last thing adolescents want is to be treated like children. They are struggling to exert their independence. And they're also bigger spenders than ever before, online and in malls. Both companies are hoping to cash in on that combination.

²³⁵ GRAMMOND, Stéphanie, Son ado flambe 2207\$ sur iTunes à son insu, La Presse, Montréal, 26 avril 2009. [En ligne] <http://lapresseaffaires.cyberpresse.ca/finances-personnelles/bons-comptes/200904/26/01-850429-son-ado-flambe-2207-sur-itunes-a-son-insu.php> (consulté le 14 juin 2011).

The new MuchMusic card is best described as a payment card that can be loaded and reloaded with funds and then used like a credit card. Kids ages 13 to 15 can get one using their parents as account holders. Those 16 and up can apply on their own. It's among the latest products on the market that make it easier than ever for teenagers to spend money

It's also one of at least half a dozen arrangements MasterCard has facilitated to offer prepaid cards in Canada. (While Visa Canada doesn't specifically market to teens, it does offer a Visa Gift Card that cannot be reloaded.)

Not long ago, financial institutions didn't much care about the under-18 set. But younger teens, now acknowledged as the driving force behind family spending decisions on items ranging from cars to fast food, have become a sought-after group in a card-saturated marketplace²³⁶.

Facebook

a) Au Québec

Facebook est un site de réseautage sur lequel il est possible de se créer un compte personnel, d'animer une page, d'établir des contacts (se « faire des amis »). Il faut avoir 13 ans ou plus pour s'inscrire à Facebook. La mesure de vérification est simple : il suffit d'entrer sa date de naissance avec l'année. Rien de plus simple pour les petits futés de changer leur année de naissance et ainsi de se créer un compte en toute impunité. Or, Renée Laurin, rédactrice au Journal de Québec révélait récemment :

Facebook séduit de plus en plus de jeunes enfants

Ma voisine était dans tous ses états la semaine dernière. Sa fille de dix ans lui a annoncé qu'elle venait d'ouvrir son propre compte Facebook... chez son amie.

« Qu'est-ce que je suis censée répondre à ça, m'a-t-elle demandé? Je ne suis pas d'accord, mais comment je fais pour l'empêcher de faire ce qu'elle veut ailleurs? » Les règles d'utilisation du réseau social sont pourtant claires : pas avant 13 ans. Mais qui se soucie de respecter cette règle quand il suffit de mentir sur son âge pour y avoir accès? Toutes les amies de sa fille ont déjà leur compte. Le fils d'une de mes amies avait le sien à huit ans et un autre enfant de mon entourage m'a demandé d'être son ami Facebook alors qu'il n'avait que neuf ans.

Je trouve ça drôlement jeune pour les exposer à tous les dangers potentiels de cette machine sociale virtuelle, mais les faits sont là : les enfants de moins de 13 ans utilisent de plus en plus Facebook et leurs parents ne semblent pas voir de problèmes à ce qu'ils exposent ainsi leur vie privée à l'ensemble de la planète.

On peut nier le phénomène, interdire jusqu'à un certain point en expliquant à notre enfant les raisons de notre refus, mais un jour ou l'autre, s'ils le désirent vraiment, ils finiront, comme la fille de ma voisine, par trouver le moyen d'y adhérer avec ou sans

²³⁶ GORDON, Andrea, Giving teens credit, The Star, Toronto, Canada, 18 août 2007. [En ligne] <http://www.thestar.com/article/246278> (consulté le 19 juin 2011).

notre permission. Le mieux à faire dans ce cas ne serait-il pas d'adopter une attitude d'ouverture et de les outiller le mieux possible pour qu'ils apprennent tout de suite à utiliser ce réseau en toute sécurité?

Permettre pour mieux les protéger?

« Moi, j'ai un deal avec mes enfants, dit Michel Dumais, observateur en nouvelles technologies. Je suis leur ami Facebook, mais je n'interviens en ligne d'aucune façon. Si je dois leur parler, leur faire des recommandations sur l'usage qu'ils font de Facebook, je le fais face à face. » Ma voisine a finalement opté pour la même solution. En étant amie avec sa fille, elle pourra voir tout ce qui se passe et intervenir en cas de dérapage.

« Adopter cette attitude d'ouverture nous permet d'influencer nos enfants pour qu'ils s'approprient cet outil de socialisation de la bonne façon », croit M. Dumais. Depuis deux ans, il répète inlassablement la même mise en garde à tous ceux qui lui posent la question sur l'attitude à adopter lorsqu'on affiche publiquement un commentaire ou une photo sur Facebook. « Il faut chaque fois s'imaginer que nous sommes au beau milieu du Centre Bell avec un puissant micro et se poser la question suivante : "Est-ce que je souhaite dire et montrer ceci aux 20 000 personnes qui m'entourent?" » Si la réponse est non, on s'abstient. Il rappelle que, même si on a un réseau d'amis fermé, notre commentaire peut être repris par un ami qui peut, de son côté, le rediffuser à plus grande échelle.

Même chose pour les photos. Il faut toujours garder en tête qu'il y a des gens mal intentionnés partout. Une photo le moins compromettante de votre enfant (en maillot de bain, par exemple) peut être reprise et utilisée d'une façon que vous n'aimeriez pas nécessairement.

Vos enfants doivent aussi savoir que Facebook est un terrain propice à l'intimidation qui donne une tribune sans précédent aux abuseurs. Un ami qu'on connaît moins bien, mais à qui on accepte d'ouvrir la porte de son intimité peut facilement se transformer en ennemi en publiant sur le mur de votre enfant des propos blessants ou encore en affichant des photos compromettantes de celui-ci sans son accord.

La tentation d'accepter de nouveaux amis, même de parfaits inconnus, est énorme à un âge où l'on mesure sa popularité au nombre d'amis qui nous entourent. En suivant de près les activités de nos enfants sur Facebook, il est possible de vérifier régulièrement leur liste d'amis et de leur demander des explications lorsqu'on voit apparaître des noms inconnus.

Un Facebook pour enfants

Pour contourner tous ces dangers et faciliter la vie des parents inquiets, Disney a récemment fait l'acquisition de Togetherville, un réseau social destiné aux enfants de dix ans ou moins. Le réseau imite le modèle de Facebook, mais sans publicité et dans un environnement adapté à l'âge. Les enfants qui y adhèrent interagissent sous la surveillance des parents. Ceux-ci doivent, par exemple, approuver les amis de leurs enfants et peuvent également entrer en contact avec les autres parents. Les enfants ont la possibilité de jouer à des jeux avec leurs amis virtuels ou de regarder des vidéos, mais ils ne peuvent pas avoir accès à ceux, parfois inadaptés à leur âge, qui pourraient se retrouver sur le mur de Facebook.

*Bonne ou mauvaise idée, ça reste à voir. Personnellement, je préfère retarder le plus longtemps possible l'entrée de mon fils de dix ans dans ce que je considère comme une nouvelle forme de dépendance virtuelle. Notre réseau social et celui de nos enfants doivent d'abord se tisser dans la vraie vie, dans le voisinage immédiat avec des humains en chair et en os. Si nous faisons l'effort de développer ces liens humains en organisant des fêtes de quartier, des parties de hockey sur la patinoire du coin ou toute autre activité rassembleuse, Facebook, j'en suis convaincue, perdra beaucoup d'attraits aux yeux de nos jeunes enfants.*²³⁷

²³⁷ LAURIN, Renée, Facebook séduit de plus en plus de jeunes enfants, Journal de Québec, Québec, 8 mars 2011. [En ligne] <http://lejournaldemontreal.canoe.ca/journaldemontreal/votrevie/famille/archives/2011/03/20110308-094340.html> (consulté le 19 juin 2011).