

# **Faciliter le choix d'un service téléphonique sans fil ou d'un service Internet — Améliorer les mécanismes de libre-service**

Avis de consultation de télécom CRTC 2024-295

Observations initiales



12 mars 2025

# UNION DES CONSOMMATEURS, LA FORCE D'UN RÉSEAU

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe 15 associations de défense des droits des consommateurs. La mission d'Union des consommateurs est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Ses interventions s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure d'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.

Union des consommateurs agit principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques ou réglementaires, sur la place publique ou encore par des actions collectives. 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, à la radiodiffusion, à Internet et à la vie privée, la santé, les produits et services financiers ainsi que les politiques sociales et fiscales.

1. Nous approuvons l'objectif de la consultation, soit de permettre « aux Canadiens de modifier ou de résilier plus facilement leurs forfaits au moyen de mécanismes de libre-service<sup>1</sup> ». Nous approuvons également l'initiative du Conseil de mettre en œuvre les *Instructions de 2023* et de prendre « des mesures pour faire en sorte que les consommateurs puissent rapidement, facilement et à un prix abordable, résilier, réduire, transférer ou modifier d'une autre manière leurs services<sup>2</sup> ». Cependant, nous estimons que les mécanismes de libre-service sont d'une importance secondaire à cet égard par rapport à la suppression des obstacles au changement de forfaits. Les solutions que nous avons identifiées dans notre réponse à l'avis de consultation de télécom CRTC 2024-294 (obstacles au changement de forfaits), telle que l'interdiction des frais de résiliation anticipée, la séparation des forfaits et du financement des appareils et l'interdiction ou l'encadrement des programmes de location d'appareil, nous semblent bien plus importantes lorsqu'il s'agit de faciliter la modification ou l'annulation des forfaits.

### **Affichage des prix**

2. Union des consommateurs soumet que, si des forfaits sont offerts sur les plateformes libre-service (ex. lorsque le consommateur veut modifier son forfait), tous les forfaits sans exception, y compris les forfaits promotionnels, doivent y être présentés et offerts. Trop souvent, le consommateur qui ne porte pas plainte ou qui ne change pas de fournisseur est privé des offres les plus avantageuses, destinées à attirer de nouveaux clients ou à dissuader les clients insatisfaits de partir. Afin d'assurer la concurrence et de ne pas pénaliser les clients utilisant les mécanismes de libre-service ou ceux qui sont moins susceptibles de changer de fournisseur, Union des consommateurs demande au CRTC d'obliger les fournisseurs à rendre toutes leurs offres et promotions transparentes et disponibles à tous leurs clients, peu importe la méthode choisie pour consulter les forfaits.
3. Si les forfaits sont affichés sur les plateformes libre-service, nous recommandons que le CRTC mette en place une normalisation en ce qui concerne la présentation des renseignements sur les forfaits. Une telle normalisation est nécessaire pour faciliter et optimiser la comparaison des forfaits (et leurs différentes composantes) entre les fournisseurs et les différentes plateformes, et pour permettre aux consommateurs d'effectuer un choix éclairé quant au forfait le plus adapté à leurs besoins, et ce, au meilleur rapport qualité/prix.
4. De plus, si les forfaits sont affichés sur ces plateformes, Union des consommateurs demande au CRTC d'imposer la priorisation des forfaits abordables dans la hiérarchie d'affichage des différents forfaits. Nous soulignons aussi l'importance de promouvoir les services sans fil à moindre coût et à usage occasionnel établis par le CRTC, obligation qui existe déjà pour certains fournisseurs, mais qui n'est pas nécessairement bien respectée. En effet, nous avons tenté de localiser ces forfaits sur les sites Web des fournisseurs concernés et nous avons découvert qu'ils sont

---

<sup>1</sup> Avis de consultation de télécom CRTC 2024-295, par. 5.

<sup>2</sup> Avis de consultation de télécom CRTC 2024-295, par. 9 ; *Décret donnant au CRTC des instructions sur une approche renouvelée de la politique de télécommunication*, DORS/2023-23, 10 février 2023, art. 17(b)(iv).

rarement mis en évidence et souvent difficiles à trouver. Nous demandons ainsi au CRTC de veiller à ce que l'obligation de promouvoir ces forfaits soit étendue aux mécanismes de libre-service et que l'obligation soit bien respectée en général.

5. De plus, Union des consommateurs demande au Conseil d'interdire l'affichage seul (sans le prix régulier) d'un prix partiel ou d'un prix promotionnel à durée limitée (qui ne couvre pas l'ensemble de la durée du contrat). De même, nous recommandons que le prix promotionnel à durée limitée doive systématiquement être présenté avec une mise en évidence moindre que le prix régulier.
6. Si le consommateur a droit à un rabais pendant une durée limitée ne couvrant pas la durée totale du contrat, cette information peut être affichée plus tard dans le processus, mais sans jamais être affichée sans le prix régulier présenté de manière prédominante
7. Autrement dit, un prix réduit ne doit jamais être affiché sans qu'il soit accompagné du prix régulier, affiché de manière prédominante, et un tel prix réduit ne peut être affiché en premier niveau (soit avant la sélection de ce forfait par le consommateur pour en afficher les détails) à moins que ce rabais ne couvre la totalité de la durée du contrat. Cette mesure vise à éviter que la base de comparaison ne soit faussée pour le consommateur, qui se retrouverait ainsi à comparer des prix partiels avec des prix réguliers. Une telle situation est non seulement désavantageuse pour les consommateurs individuels, mais elle a également un impact négatif sur la concurrence.
8. Si des conditions, restrictions, limitations de durée ou toute autre limitation s'appliquent au rabais, le Conseil devrait obliger que ces conditions soient présentées en même temps et dans le même format que le rabais. Par exemple, sur une plateforme numérique, ces informations devraient être présentées sur le même écran, côte à côte avec le prix en rabais, dans la même taille, graisse et couleur de caractères que le prix du rabais. En effet, il est important d'éviter toute confusion qui pourrait laisser croire que le rabais s'applique plus largement qu'en réalité, par exemple pour toute la durée du contrat alors que le rabais ne couvre que les premiers mois.
9. Dans le cas d'un rabais ne couvrant pas la totalité de la durée du contrat, Union des consommateurs recommande que les fournisseurs soient obligés d'indiquer au consommateur les modalités de résiliation du contrat lorsque le rabais prend fin. Cette mesure permettrait de s'assurer que le consommateur comprend bien qu'il ne peut pas profiter du rabais sans aussi devoir assumer les autres obligations qui lui incombent, après la fin du rabais, le cas échéant. Cette mesure permettrait de relativiser les avantages offerts temporairement en les mettant en perspective avec les pénalités de résiliation ainsi que les obligations pour la durée résiduelle du contrat (quel est le prix régulier et pendant combien de temps le consommateur devra payer ce prix après la fin du rabais, ou quelle pénalité devra-t-il payer pour mettre fin au contrat). Rappelons que nous avons recommandé, dans notre réponse à l'Avis de consultation de télécom CRTC 2024-293, que les consommateurs doivent avoir le droit de résilier un contrat sans frais de résiliation anticipée à l'expiration d'un rabais (ou même à n'importe quel moment pendant le contrat, comme nous proposons dans le cadre de l'Avis de consultation de télécom CRTC 2024-294).

10. Trop souvent, un consommateur est incité à s'abonner à un forfait promotionnel, qui semble être avantageux, mais qui s'avère désavantageux lorsque le rabais prend fin. Il ne découvre que plus tard dans le processus d'achat que le prix régulier du forfait convoité est plus élevé que celui qui lui a initialement été présenté, et aussi possiblement plus élevé que les meilleurs prix offerts par la concurrence. À ce stade, il est trop tard : le consommateur a déjà pris connaissance de l'offre promotionnelle et cela influencera sa prise de décision. C'est d'ailleurs pour cette raison que la pratique d'afficher un prix inférieur au prix exigé est interdite au Québec, dans la *Loi sur la protection du consommateur*<sup>3</sup>.
11. Cette exigence permettra d'éviter que les consommateurs soient incités à changer leur forfait pour un autre moins avantageux qu'il n'y paraît.
12. D'ailleurs, si le consommateur utilise le mécanisme pour modifier son contrat, Union des consommateurs verrait d'un bon œil que le CRTC oblige les fournisseurs à présenter les différences entre le contrat actuel du consommateur et le nouveau contrat qu'il s'apprête à conclure (idéalement sous forme de tableau de type « informations nutritionnelles » proposé par le Conseil dans l'Avis de consultation de télécom CRTC 2024-318).

### **Accès optimal aux outils libre-service**

13. Les mécanismes de libre-service sont utiles pour un type de clientèle : ceux qui ont une compréhension relativement bonne de leurs besoins, qui sont à l'aise avec la technologie sur laquelle le mécanisme est hébergé et qui ont un niveau de littératie adéquat pour utiliser le mécanisme, si ce dernier est en format écrit. Cependant, ceux qui ont un faible niveau de littératie ou de connaissance de la technologie utilisée, qui ont de la difficulté à cerner leurs besoins ou encore à bien comprendre les conditions liées à leur contrat, peuvent se trouver exclus de ces systèmes ou se heurter à des obstacles lorsqu'ils les utilisent. Ainsi, en plus de veiller à ce que ces services respectent les normes d'accessibilité, les fournisseurs doivent veiller à ce que les consommateurs aient la possibilité d'interagir avec un représentant du service à la clientèle, avec la méthode de leur choix (clavardage, discussion de vive voix, courriels, etc.). Celui-ci pourra les aider à naviguer dans le système, comprendre leurs besoins, leur forfait actuel, les offres de service, effectuer les transactions pour eux, etc.
14. Pouvoir interagir avec un représentant devient particulièrement important en cas de litige ou d'incompréhension de la part du consommateur. L'impossibilité de le faire peut mener à des décisions non éclairées de la part de certains consommateurs, par exemple pour une personne avec des capacités de lecture et d'écriture limitées si le service à la clientèle est uniquement offert en format écrit.
15. À cet effet, nous avons d'ailleurs des préoccupations quant à l'effet d'exclusion de certaines clientèles lorsque des fournisseurs à escompte limitent les moyens de communication avec leur service à la clientèle, par exemple s'il est impossible de parler au téléphone avec un agent. Nous suspectons que de tels fournisseurs sont

---

<sup>3</sup> *Loi sur la protection du consommateur*, RLRQ c P-40.1, art. 224(c).

susceptibles d'écarter naturellement les clientèles plus âgées, comme l'orientation marketing de ces fournisseurs le laisse d'ailleurs croire.

### **Frais potentiels**

16. Nous ne sommes pas certains si la question 6 posée dans l'Annexe de l'avis de consultation de télécom CRTC 2024-295 fait uniquement référence à des frais qui seraient liés à l'utilisation d'un mécanisme de libre-service ; si tel est le cas, Union des consommateurs signale qu'elle est catégoriquement opposée à l'imposition de quelconques frais pour accéder au service à la clientèle et y effectuer certaines opérations. Par ailleurs, il nous semble que des frais imposés pour l'utilisation d'un mécanisme afin d'annuler ou de modifier un forfait constitueraient la facturation de frais d'annulation autres que les frais de résiliation anticipée. Nous soutenons que ces frais sont déjà interdits par le *Code sur les services sans fil* et le *Code sur les services Internet*. Si le Conseil estime qu'un risque existe que les fournisseurs facturent des frais pour l'utilisation de ces services, nous recommandons au CRTC de s'assurer de limiter, de manière préventive, toute facturation des frais pour effectuer des résiliations ou modifications par l'entremise de mécanismes libre-service.

### **À qui ces règles doivent-elles s'appliquer ?**

17. Selon l'avis de consultation, « la présente instance contribue à faire progresser les travaux du Conseil visant à renforcer les protections des consommateurs<sup>4</sup> ». Nous croyons que cet objectif ne peut être atteint que si tous les fournisseurs ont les mêmes obligations en ce qui concerne la protection du consommateur. L'imposition d'obligations moindres en matière de protection des consommateurs à certains fournisseurs qu'à d'autres crée deux catégories de consommateurs, certains ayant moins de droits que d'autres. Cette situation n'est pas seulement désavantageuse pour les consommateurs qui ont moins de droits, mais elle crée également une confusion en ce qui concerne les règles de protection des consommateurs en général. Les règles établies par le CRTC pour les plateformes en libre-service doivent donc s'appliquer à tous les fournisseurs et pour toutes les catégories de fournisseurs, sans exception.

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

---

<sup>4</sup> Avis de consultation de télécom CRTC 2024-295, par. 3.