

Une nouvelle année en demie teinte : la Loi sur la préservation des points de récompense de l'Ontario entre en vigueur le 1er janvier 2018

16 NOVEMBRE 2017 5 MIN DE LECTURE

Expertises Connexes

- [Commerce de détail et biens de consommation](#)
- [Publicité et marketing](#)
- [Respect de la vie privée et gestion de l'information](#)
- [Secteur du jeu](#)

Auteurs(trice): [Andraya Frith](#), [Christine Jackson](#), [Dominic Mochrie](#)

Depuis que l'Assemblée législative de l'Ontario a adopté la *Loi de 2016 sur la préservation des points de récompense (modification de la Loi sur la protection du consommateur)* (la Loi) interdisant l'imposition d'une expiration des points de récompense des programmes de fidélisation des consommateurs, le secteur de la vente au détail attend la publication des règlements d'application qui fourniront plus de détails sur cette interdiction, ainsi que les exceptions à celle-ci. L'attente est désormais terminée, car le gouvernement de l'Ontario a récemment publié le *Règlement de l'Ontario 388/17* (le Règlement), qui entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2018. Veuillez consulter les bulletins d'actualités Osler antérieurs, disponibles [ici](#) et [ici](#) (en anglais seulement) pour obtenir un exposé plus détaillé de la Loi.

Points saillants du Règlement :

1. La définition de « points de récompense »

Le Règlement apporte des précisions sur la définition de « points de récompense » qui figure dans la Loi. Plus particulièrement, les « points de récompense » : (i) doivent être obtenus au moyen de multiples transactions; (ii) doivent être accumulés par le consommateur avant de pouvoir les échanger contre une somme d'argent, des marchandises ou des services; et (iii) peuvent être exprimés en points, en dollars dépensés ou en d'autres unités ou termes semblables. Fait à noter, la partie (iii) semble être une disposition anti-évitement, de façon à ce que la Loi ne puisse être contournée simplement en renommant ou en désignant les « points » par un autre terme. Il est également intéressant de constater que la Loi ne s'appliquera pas aux points de récompense qui ne sont pas obtenus au moyen de multiples transactions (p. ex. un cadeau ponctuel obtenu lors d'un achat ne serait pas visé par la Loi).

2. Exception pour les programmes de récompense offrant une seule marchandise

Le Règlement exclut de la définition de « points de récompense » les offres de récompense proposant de fournir au consommateur une seule marchandise ou un seul service ou un seul ensemble de marchandises ou de services, une fois que le consommateur a atteint une certaine mesure de progression, si les marchandises ou les services sont déterminés au moment où l'offre est présentée et qu'il ne s'agit pas de cartes-cadeaux, de bons ou d'un article semblable. Par exemple, les cartes de fidélité à

l'achat de café ne seront pas visées par la Loi.

3. Exception pour les récompenses de faible valeur

Il existe aussi une exclusion à l'égard des programmes offrant des récompenses de peu de valeur. Le Règlement prévoit que la Loi ne s'appliquera pas aux programmes de récompense aux termes desquels sont offerts des points de récompense si la valeur d'une seule marchandise, d'un seul service ou d'un seul ensemble de marchandises ou de services que le consommateur peut recevoir en échange de points ne dépasse pas 50 \$.

4. Exigence relative à l'achat

Le Règlement prévoit également que la Loi ne s'appliquera pas dans les situations où le consommateur n'est pas tenu d'acheter des marchandises ou des services pour obtenir des points de récompense, que ce soit au moment d'adhérer au programme de récompense ou pendant la durée complète de celui-ci. Cependant, dans les cas où le consommateur a conclu au moins une autre convention avec la partie qui gère le programme de récompense exigeant l'achat de marchandises ou de services pour obtenir des points de récompense, la Loi s'appliquera.

5. Éclaircissement sur l'expiration en raison du seul passage du temps

Peut-être la disposition la plus importante du Règlement est-elle l'article 43.6, qui fournit des éclaircissements sur l'interdiction, prévue dans la Loi, de l'expiration des points de récompense « en raison du seul passage du temps ». Plus précisément, le Règlement établit que l'expiration de points de récompense en raison du seul passage du temps s'entend de leur expiration du seul fait qu'un moment donné a été atteint ou qu'une durée de temps donnée s'est écoulée. Par conséquent, les points de récompense peuvent expirer si des conditions autres que le passage du temps donnent lieu à l'expiration. Autrement dit, il est possible de structurer un programme de fidélisation dans lequel les points de récompense expirent pour d'autres raisons, notamment l'inactivité du compte (voir ci-dessous).

6. Expiration autorisée des points en cas d'inactivité

Le Règlement établit expressément que l'interdiction de l'expiration des points de récompense prévue dans la Loi ne s'applique pas aux programmes de fidélisation dans le cadre desquels les points expirent si un consommateur n'a pas obtenu ou échangé des points pendant un délai précisé (en présumant que les conditions du programme de fidélisation permettent cette expiration). Cela apportera un certain soulagement aux entreprises qui offrent des programmes de fidélisation et qui s'inquiétaient d'avoir à tenir ouverts indéfiniment des comptes inactifs.

7. Autres sujets

Le Règlement aborde d'autres sujets, tels que l'expiration des points gratuits, la rétroactivité, l'exigence de reporter au crédit des points de récompense, ainsi que l'annulation et le rétablissement de programmes de récompenses.

Pour toute question concernant les répercussions possibles de la Loi sur votre entreprise, nous vous invitons à communiquer avec Andraya Frith, Dominic Mochrie ou

Christine Jackson.