

# Enjeux particuliers aux consommateurs pour ceux qui font affaire au Québec

La Loi sur la protection du consommateur (LPC) du Québec soulève des enjeux particuliers pour les entreprises faisant affaire avec des consommateurs au Québec. Sont présentés ci-après les principaux conseils pratiques et tendances à prendre en considération lors de l'examen de votre profil de risque de litige.



- Les tribunaux du Québec (tant la Cour supérieure que la Cour d'appel) ont opté pour une approche très libérale et imposent un seuil très bas pour obtenir l'autorisation d'engager un recours collectif.  
La Cour d'appel du Québec est même allée jusqu'à inviter le législateur à revoir l'utilité de l'étape d'autorisation dans sa forme actuelle. Les statistiques montrent qu'au Québec l'étape de l'autorisation représente un obstacle mineur pour les demandeurs et qu'elle ne constitue bien souvent qu'un « dos-d'âne » dans le cycle de vie d'un recours collectif.
- Nous voyons de plus en plus souvent les conseillers juridiques de demandeurs se mettre à la recherche du for le plus favorable et tenter des recours collectifs dans plusieurs différentes provinces. Le Québec est un for attirant pour les conseillers juridiques des demandeurs, en raison du faible seuil à l'étape de l'autorisation.



- **Prix partiel** – En vertu de l'article 224 de la LPC, le prix annoncé doit comprendre le total des sommes que le consommateur devra déboursier pour l'obtention du bien ou du service de sorte que le commerçant ne puisse plus annoncer un prix fragmenté ou de départ, puis y ajouter des frais inconnus jusqu'alors.
- **Modifications unilatérales** – En vertu de l'article 11.2 de la LPC, toute modification unilatérale d'un contrat de consommation (y compris les programmes de fidélisation) est interdite sauf si : (1) les éléments du contrat de consommation pouvant être modifiés unilatéralement sont spécifiés à l'avance, (2) un avis écrit de 30 jours de la modification est transmis, et (3) le consommateur pourra refuser cette modification et résilier le contrat sans frais, pénalité ou indemnité de résiliation.
- **Obligations disproportionnées** – En vertu de l'article 8 de la LPC, 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. Par exemple, une telle situation pourrait poser problème lorsque des frais sont facturés à un consommateur – à quel moment les frais deviennent-ils excessifs, abusifs ou exorbitants?
- **Biens ou services non sollicités et offres de lancement** – En vertu de l'article 230 de la LPC, il est interdit d'exiger une somme pour un bien ou un service que le consommateur n'a pas demandé. Il est également interdit à un commerçant d'exiger du consommateur qu'il transmette un avis indiquant qu'il ne souhaite pas obtenir le bien ou le service au prix courant après avoir obtenu le bien ou le service à un prix réduit (c.-à-d. qu'il s'agit d'une restriction relative aux offres de lancement à prix réduit qui sont automatiquement renouvelées au plein prix).
- **Cartes prépayées ou cartes-cadeaux** – En vertu de l'article 187.3 de la LPC, il est interdit de stipuler une date de péremption pour une carte prépayée.



à prendre  
en compte

- **À l'exclusion des consommateurs au Québec** – En vertu de l'article 19.1 de la LPC, toute clause dans un contrat de consommation qui est inapplicable au Québec doit être immédiatement précédée, de manière évidente et explicite, d'une mention à ce sujet.
- **Dommages-intérêts punitifs** – Une disposition permet de demander des dommages-intérêts punitifs en cas de manquements à la LPC en vertu de l'article 272.
- **Présomption absolue de préjudice** – Une décision récente de la Cour d'appel du Québec laisse entendre que la présomption de préjudice s'applique seulement aux recours contractuels prévus à l'article 272 de la LPC (soit l'exécution de l'obligation ou l'annulation du contrat) et ne s'applique pas aux demandes en dommages-intérêts compensatoires, qui demeurent assujetties aux règles générales du droit civil du Québec, exigeant la preuve d'un préjudice et d'un lien de causalité.

---

## Incidence

— de la —

**Charte de la  
langue française**



- **Dénomination sociale en français** – Il ne faut pas confondre la dénomination sociale d'une entreprise et sa marque de commerce; une version française n'est pas requise pour celle-ci.
- **Étiquetage des produits** – Le texte anglais ne doit pas l'emporter sur le texte français.
- **Les formulaires de demande d'emploi, les bons de commande, les factures, etc.** – Tous les documents destinés aux consommateurs doivent être rédigés en français ou en français et en anglais.
- **L'affichage public et la publicité commerciale** – La publicité peut être bilingue, pourvu que le français y figure de façon « nettement prédominante ».
- **Sites Web** – La version française doit être affichée de façon au moins aussi évidente que la version anglaise.
- **Marques de commerce** – Une marque de commerce qui n'est pas en français peut être affichée seule, sans l'ajout d'un nom en français.