



Repenser la Loi sur la protection du consommateur :
mieux l'adapter aux réalités des PME
tout en préservant la protection
élevée des consommateurs

Septembre 2023

FCEI
FÉDÉRATION CANADIENNE
DE L'ENTREPRISE INDÉPENDANTE
En affaires pour vos affaires.

Introduction

La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) est le plus grand regroupement de petites et moyennes entreprises (PME), comptant 97 000 membres au Canada, dont 21 000 au Québec. Notre organisation est interpellée par tout ce qui touche au développement et à l'essor des PME. Les entreprises membres travaillent dans tous les secteurs d'activité et sont présentes dans toutes les régions du Québec. Un grand nombre de ces entreprises sont assujetties à la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC)¹, qui joue un rôle essentiel en régissant les relations entre les commerçants et les consommateurs, et en établissant des règles et des directives pour les contrats et les transactions conclus entre ces deux parties.

L'*Office de la protection du consommateur* (OPC) est l'organisme responsable de l'application de la LPC². Son rôle principal est de veiller à ce que les commerçants de la province connaissent et respectent leurs obligations qui en découlent³. À cette fin, l'OPC mène chaque année des vérifications pour garantir l'application des lois et des règlements dont il a la responsabilité. D'une part, il effectue des activités de surveillance en réponse aux plaintes et dénonciations des consommateurs, aux rapports des associations de consommateurs et aux signalements faits par les commerçants concernant leurs concurrents. D'autre part, il met en œuvre des programmes ciblés de surveillance préventive dans les secteurs du commerce où il relève des problèmes particuliers qui sont liés à la protection du consommateur. Grâce à ces mesures de surveillance et de prévention, l'OPC joue un rôle central dans la protection des droits des consommateurs du Québec et le maintien d'un environnement commercial équitable et respectueux des lois.

En 1971, le gouvernement du Québec a réagi à l'émergence de la consommation de masse et des premières associations de consommateurs en créant l'OPC et en adoptant la LPC^{4,5,6}. Au fil des années, il a modifié la LPC pour suivre l'évolution des pratiques commerciales. Par exemple, en 1972, des dispositions ont été introduites pour réglementer les contrats de location à long terme. En 1978, des modifications majeures ont également été apportées à la LPC, telles que l'élargissement de son champ d'application pour encadrer les principaux domaines de la consommation et régir plusieurs pratiques commerciales. Ces modifications ont également élargi les recours disponibles pour les consommateurs. Plus tard, l'OPC a été chargé de la supervision de nouveaux domaines, comme les agences de voyages (1981) et les services funéraires (1988).

Malgré la nécessité d'adapter la LPC aux enjeux contemporains et aux nouvelles réalités des entreprises, aucune modification n'y a été apportée depuis 2018. En effet, l'essor du numérique, amplifié par la pandémie, a profondément transformé notre manière de consommer⁷. Par exemple, en 2020, plus de

¹ Légis Québec, *Loi sur la protection du consommateur*. Consultation en ligne le 2 août 2023.

<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/p-40.1>.

² Office de la protection du consommateur. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.opc.gouv.qc.ca/>.

³ Office de la protection du consommateur, 2022, À propos de l'Office. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.opc.gouv.qc.ca/a-propos/surveillance/role-office/>.

⁴ Jean Baudrillard, 1970, La société de consommation.

⁵ Office de la protection du consommateur, 2021, Tous consommateurs depuis 50 ans. Consultation en ligne le 2 août 2023.

<https://www.opc.gouv.qc.ca/50ans/>.

⁶ Office de la protection du consommateur, 2022, À propos de l'Office. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.opc.gouv.qc.ca/a-propos/office/historique/>.

⁷ Statista, 2014, Taux de pénétration de l'achat en ligne au Canada de 2013 à 2018. Consultation en ligne le 2 août 2023.

<https://fr.statista.com/statistiques/564862/canada-taux-de-penetration-de-l-achat-en-ligne-2018/#:-:text=Canada%20%3A%20taux%20de%20p%3%A9n%3%A9tration%20de%20l%27achat%20en,et%20a%20profit%3%A9%20des%20services%20propos%3%A9s%20sur%20Internet>.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

quatre Canadiens sur cinq (82 %) ont effectué des achats en ligne, alors que cette proportion était de 52 % en 2013⁸ ⁹. Plus récemment, la vente en ligne est devenue la priorité numéro un pour de nombreuses PME.

Il serait donc essentiel de procéder à une modification de la LPC afin qu'elle reflète plus adéquatement les défis actuels liés aux modes de consommation, les techniques commerciales ainsi que les perspectives des petits commerçants, qui diffèrent de ceux des géants de la vente en ligne. D'ailleurs, Louis Borgeat, ancien président de l'Office de 2007 à 2014, souligne aussi l'importance d'une mise à jour régulière de la LPC en raison du « marché qui évolue constamment »¹⁰. Selon lui :

« [Une loi] désuète, c'est comme une construction fissurée. Il y a des vices cachés, et tout le monde en souffre. »

Depuis plusieurs années, la FCEI accorde une attention particulière aux règlements entourant la LPC, à leur pertinence et à leur portée dans le milieu des affaires au Québec. Ainsi, en 2011, elle réagit au projet de loi n° 24, *Loi visant principalement à lutter contre le surendettement des consommateurs et à moderniser les règles relatives au crédit à la consommation*, en dénonçant les répercussions administratives et réglementaires sur les PME¹¹. Par ailleurs, en 2017, la FCEI a déposé un mémoire dans le cadre du projet de loi n° 134, *Loi visant principalement à moderniser des règles relatives au crédit à la consommation et à encadrer les contrats de service de règlement de dettes, les contrats de crédit à coût élevé et les programmes de fidélisation*¹². Ce mémoire présentait une série de recommandations, notamment sur le phénomène de la non-présentation (« no-show ») et les contrats conclus à distance, qui impactent fortement les PME¹³.

Le présent rapport souligne les préoccupations exprimées par nos membres du Québec sur la LPC et l'OPC dans le cadre d'un sondage mené en mai 2023. Seuls les propriétaires dont l'entreprise est assujettie à la LPC ont répondu à ce sondage. Le rapport présente également les recommandations législatives proposées par ces entrepreneurs, qui visent à maintenir la protection des consommateurs tout en améliorant les conditions d'affaires des commerces touchés par la LPC.

⁸ Statistiques Canada, 2021, Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet 2020. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210622/dq210622b-fra.htm>.

⁹ FCEI, 22 mars 2021, Exposé de recherche, La vente en ligne est une priorité des PME en 2021. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.cfib-fcei.ca/hubfs/legacy/2021-03/Presentation-vente-en-ligne-des-PME.pdf>.

¹⁰ Marie-Eve Shaffer, Protégez-vous, 2022, Plaidoyer pour une révision de la *Loi sur la protection du consommateur*. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.protegez-vous.ca/nouvelles/affaires-et-societe/plaidoyer-pour-une-revision-de-la-loi-sur-la-protection-du-consommateur>.

¹¹ FCEI, 2011, Commentaires sur le projet de loi n° 24. Consultation en ligne le 2 août 2023. https://www.assnat.qc.ca/Media/Process.aspx?MediaId=ANQ.Vigie.Bll.DocumentGenerique_51447&process=Default&token=ZyMoxNwUn8ikQ+TRKYwPCjWrKwg+vlv9rjij7p3xLGTZDmLVSmJLoqe/vG7/YWzz.

¹² FCEI, 2017, Mémoire, Protection des consommateurs : des ajustements nécessaires. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.cfib-fcei.ca/hubfs/legacy/2017-12/qc1153.pdf>.

¹³ Le no-show est un phénomène qui contamine de plus en plus l'industrie de la restauration. Il fait référence aux tables réservées à des clients qui ne se présentent pas.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

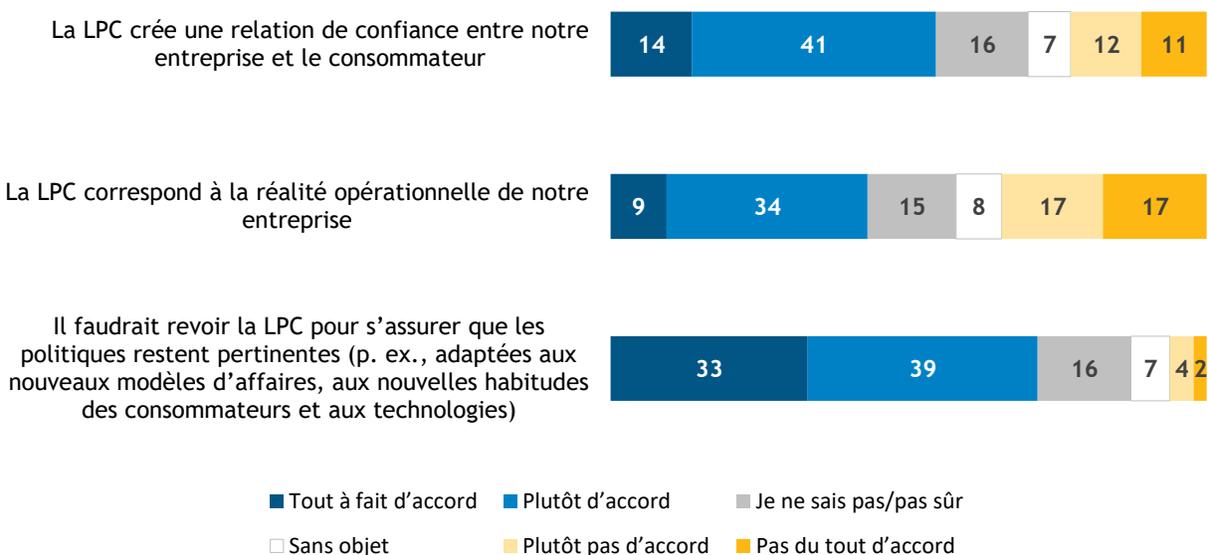
Perspectives des PME québécoises concernant la LPC

Les PME sont le cœur de l'économie québécoise : 72 % des entreprises de la province ont moins de 10 employés¹⁴. Elles stimulent notre économie, créent des emplois et dynamisent nos communautés.

Miser sur les petites et moyennes entreprises, c'est miser sur une économie forte, d'où l'importance de prendre des mesures adéquates pour répondre aux défis entrepreneuriaux et bâtir un environnement d'affaires propice à la croissance et à la compétitivité.

Figure 1

Opinions des propriétaires de PME québécoises sur la LPC (% des réponses)



Source : FCEI, sondage Omnibus Québec, mené du 20 avril au 31 mai 2023, n = 281 répondants.

Une relation de confiance

Les résultats du sondage révèlent que la majorité des propriétaires de PME assujettis à la LPC (55 %) estiment que cette dernière permet d'établir une relation de confiance entre l'entreprise et le consommateur. En effet, la LPC repose sur la notion d'asymétrie de l'information dans les transactions commerciales, qui reconnaît qu'un consommateur qui achète un produit ou un service dispose généralement de moins d'informations que le vendeur¹⁵. En instaurant un climat de confiance propice à l'achat et à la fidélisation du client, la LPC offre aux propriétaires de PME la possibilité de développer des relations durables avec leur clientèle. Ainsi, la LPC bénéficie à la fois aux consommateurs et aux commerçants, car elle offre un cadre juridique qui favorise une relation de confiance mutuelle.

¹⁴ Statistiques Canada, Nombre d'entreprises canadiennes, avec employés, juin 2022. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3310056801>.

¹⁵ Neoeegal, 2022, *Loi sur la protection du consommateur* (LPC) : 5 choses à savoir. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.neoeegal.ca/blog/loi-protection-consommateur-lpc/>.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

Cependant, il est intéressant de noter que 23 % des répondants ne trouvent pas que la LPC crée une relation de confiance, ce qui pourrait indiquer un sentiment de déséquilibre chez certains commerçants. Ce ressenti peut être lié à divers facteurs tels qu'un sentiment de vulnérabilité face aux situations d'abus ou de négligence de la part de certains consommateurs.

Dans ce contexte, il est pertinent de prendre en compte les observations de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) qui souligne ce qui suit :

« Il est essentiel de protéger les droits des consommateurs tout en prenant conscience que ces droits s'accompagnent de responsabilités¹⁶. »

Cette perspective met en lumière l'importance de trouver un juste équilibre entre la protection des consommateurs et la reconnaissance des responsabilités qu'ils ont aussi envers les commerçants, afin de favoriser une relation de confiance réciproque et équilibrée.

Une réalité opérationnelle

Le déséquilibre que certains propriétaires de PME peuvent ressentir et qui nuit à la relation de confiance entre eux et les consommateurs pourrait être attribuable à un décalage entre la loi et la réalité opérationnelle. Afin d'établir une relation de confiance et un équilibre entre les deux parties, il est donc essentiel que la LPC soit adaptée à cette réalité.

En effet, moins de la moitié (43 %) des propriétaires de PME québécoises affirment que la LPC correspond à leur réalité opérationnelle, alors que près du tiers (34 %) d'entre eux sont en désaccord avec cette affirmation. Ainsi, dans un marché en constante évolution, il semble y avoir un écart avec les réalités opérationnelles des commerçants, les nouvelles pratiques commerciales et les habitudes de consommation.

Cela indique que les dispositions actuelles de la LPC seraient désuètes face aux enjeux et aux difficultés touchant certains propriétaires de PME. C'est donc sans surprise que 72 % d'entre eux estiment qu'il est nécessaire de revoir la LPC afin de garantir que les politiques restent pertinentes. Cela permettrait également d'assurer un meilleur équilibre entre les entreprises et les consommateurs, tout en renforçant le lien entre ces deux parties.

¹⁶ OCDE, 2011, *Projet de Principes de haut niveau du G20 sur la protection financière des consommateurs*, p. 4. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.oecd.org/fr/finances/marches-financiers/48521198.pdf>.

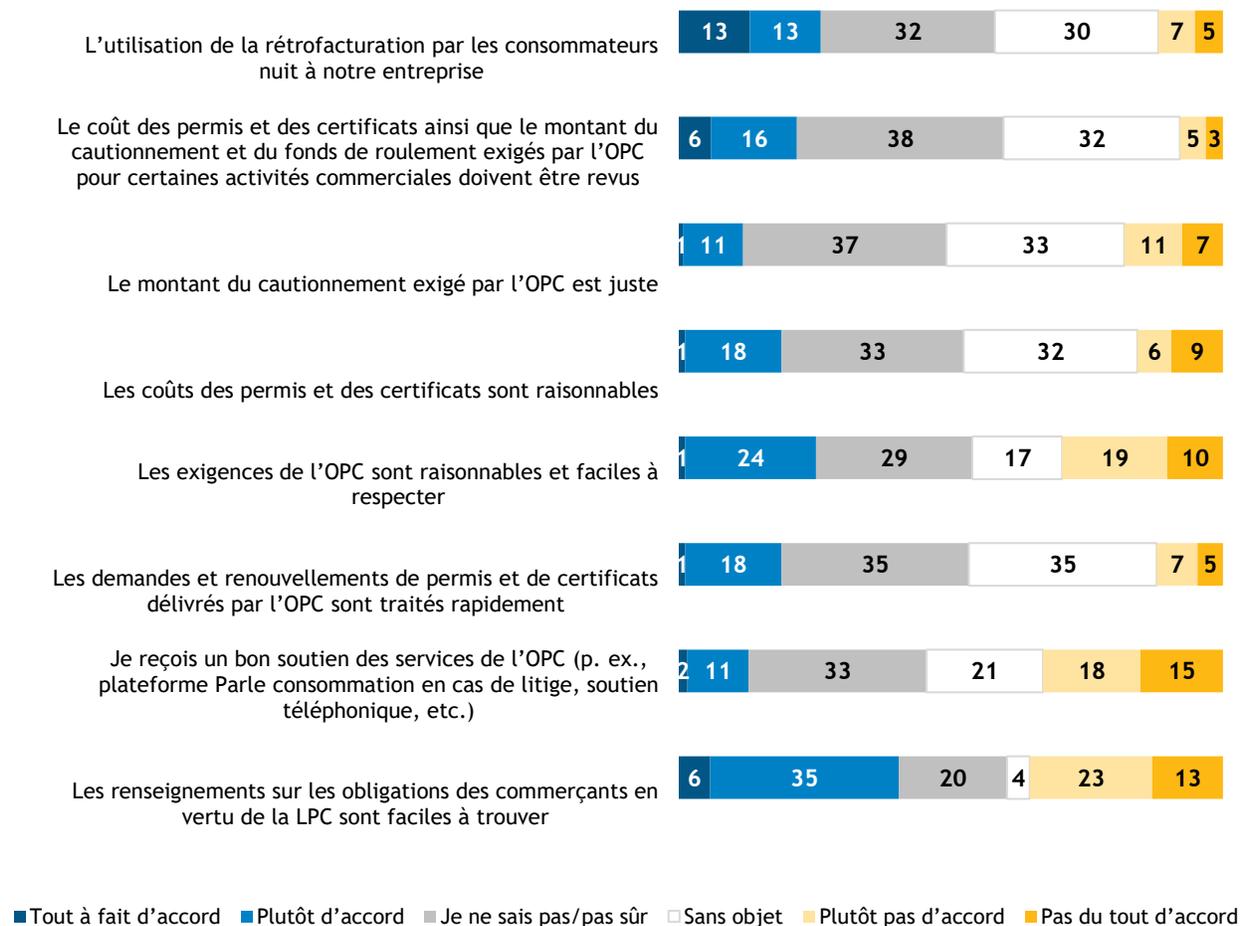
Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

Perspectives des PME québécoises concernant l'OPC

La section qui suit porte sur les opinions des entrepreneurs sur l'OPC et vise à déterminer si certaines dispositions nuisent à leurs activités.

Figure 2

Opinions des propriétaires de PME québécoises sur l'OPC (% des réponses)



Source : FCEI, sondage Omnibus Québec, mené du 20 avril au 31 mai 2023, n = 263 répondants.

Impacts sur les finances des PME

Les exploitants de certains secteurs de commerce doivent détenir un permis ou un certificat d'exploitation pour fonctionner, notamment les agents de voyages, les commerçants et les recycleurs de véhicules routiers ainsi que les exploitants de studios de santé¹⁷.

¹⁷ Office de la protection du consommateur, 2023, Secteurs de commerce visés. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.opc.gouv.qc.ca/commerçant/permis-certificat/secteurs/>.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

Certaines de ces activités commerciales sont également visées par l'obligation de fournir un cautionnement à l'OPC pouvant aller jusqu'à 100 000 \$ pour l'obtention d'un permis¹⁸. Ce cautionnement est une garantie financière qui vise à ce que le commerçant respecte ses obligations envers les consommateurs. En cas de non-respect, le cautionnement est utilisé par l'Office pour indemniser les consommateurs concernés¹⁹.

Les exigences de l'OPC entraînent des répercussions importantes sur les ressources financières des PME, et 29 % des propriétaires les trouvent déraisonnables et difficiles à respecter. Il n'est pas surprenant de constater que 36 % des propriétaires de PME du secteur des arts, des loisirs et de l'information et que 23 % des propriétaires de PME du secteur des services professionnels estiment que les coûts liés aux permis et aux certificats ne sont pas raisonnables. En ce qui concerne le montant du cautionnement requis par l'OPC, 31 % des propriétaires de PME du secteur des arts, des loisirs et de l'information et 50 % de ceux du secteur des services professionnels pensent qu'il n'est pas raisonnable. Les cautionnements, qui représentent souvent des sommes considérables, constituent un engagement financier majeur pour les PME²⁰.

D'autre part, 22 % des entrepreneurs estiment que les frais liés aux permis, aux certificats ainsi qu'aux cautions et aux fonds de roulement exigés par l'OPC devraient être revus. Dans le secteur des services professionnels, ce sont 39 % des répondants qui sont d'accord avec cette affirmation.

En juin 2023, près de 37 % des propriétaires de PME au Québec ont indiqué que les coûts fiscaux et réglementaires étaient l'une de leurs principales sources de pression financière. Il est donc essentiel de réviser les coûts des permis, des certificats et du cautionnement pour limiter leurs effets sur les PME²¹. On ne peut pas ignorer la pression financière additionnelle que ces coûts représentent pour les PME, qui doivent déjà faire face, entre autres, à l'augmentation des taux d'intérêt, à la pénurie de main-d'œuvre et à la hausse des prix.

Le coût des permis, des certificats et des cautionnements représente une dépense considérable dans le budget des PME, et cette pression financière devrait s'accroître au fil des années. Par exemple, en 2023, l'exploitant d'un studio de santé doit déboursier 1 449 \$ pour son permis. À partir du 1^{er} mai 2025, ce coût s'élèvera à 1 733 \$, ce qui représente une augmentation d'environ 20 % en seulement deux ans²². De plus, le permis devant être renouvelé tous les deux ans, l'exploitant doit disposer de cette somme de manière régulière. Si bien que la combinaison des coûts croissants des permis et des montants de cautionnement élevés (de l'ordre de 25 000 \$) constitue un stress financier supplémentaire pour bon nombre de commerçants.

Enfin, 26 % des propriétaires de PME pensent que l'utilisation de la rétrofacturation par les consommateurs nuit à leur entreprise. La rétrofacturation « permet d'annuler les sommes et les frais

¹⁸ Office de la protection du consommateur, 2023, Commerçants itinérants. Consultation en ligne le 2 août 2023.

<https://www.opc.gouv.qc.ca/commerçant/permis-certificat/commerçant-itinerant/permis/demande/>.

¹⁹ Office de la protection du consommateur, 2023, Commerçants de service de règlements de dettes. Consultation en ligne le 2 août 2023.

<https://www.opc.gouv.qc.ca/commerçant/permis-certificat/reglement-dettes/permis/cautionnement/#:-:text=Fournir%20un%20cautionnement%20C3%A0%20l'E2%80%99Office%20de%20la%20protection,de%20commer%C3%A7ant%20de%20service%20de%20r%C3%A8glement%20de%20dettes.>

²⁰ Office de la protection du consommateur, 2023, Commerçants itinérants. Consultation en ligne le 2 août 2023.

<https://www.opc.gouv.qc.ca/commerçant/permis-certificat/commerçant-itinerant/permis/demande/>.

²¹ FCEI, juin 2023, Baromètre des affaires mensuel, p.6. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.cfib-fcei.ca/hubfs/research/mbb/Barometre-des-affaires-provinces-2023-06.pdf>.

²² Office de la protection du consommateur, 2023, Exploitants de studios de santé. Consultation en ligne le 2 août 2023.

<https://www.opc.gouv.qc.ca/commerçant/permis-certificat/studio-sante/permis/renouvellement/>.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

portés au compte de la carte de crédit du consommateur ainsi que les sommes et les frais payés en vertu de tout contrat accessoire »²³. Ainsi, si un contrat n'est pas respecté, l'argent est prélevé dans le compte du commerçant par la société émettrice de la carte de crédit, puis crédité dans le compte du consommateur.

« Je ne comprends pas. Les compagnies de carte de crédit annulent des transactions alors que le service a été rendu, et on ne peut rien faire [...]. Ce sont pourtant les entrepreneurs et les PME qui font vivre le Québec. »

-Propriétaire d'une PME
Agriculture, Montérégie

Nous souhaitons attirer votre attention sur le fait qu'une grande proportion des répondants ont sélectionné « Sans objet » ou « Je ne sais pas/pas sûr » en réponse à différents énoncés. En effet, certaines implications de la LPC, telles que les permis ou les cautionnements, ne concernent que certains secteurs.

D'importantes implications financières découlent donc des exigences imposées par l'OPC. Ces obligations se traduisent par des dépenses importantes liées aux coûts des permis et des cautionnements, qui pourraient éventuellement être réduits ou au minimum, ne pas être augmentés afin d'alléger le fardeau financier imposé aux PME. La LPC a également un impact sur la gestion du temps des propriétaires de PME, car se conformer aux exigences de l'OPC peut s'avérer chronophage pour eux.

Impacts sur la gestion du temps des propriétaires de PME

La LPC impose aussi des contraintes administratives aux propriétaires de PME et affecte ainsi leur gestion du temps et leur charge de travail. Le renouvellement des permis, généralement aux deux ans, devient une contrainte et une source de stress pour les propriétaires de PME, qui doivent rassembler tous les documents requis, souvent avec l'aide de tiers. Par exemple, pour le renouvellement d'un permis général, une agence de voyages doit d'abord s'acquitter des droits de renouvellement dans les délais prescrits²⁴. Ensuite, elle doit présenter ses derniers états financiers, accompagnés d'un rapport d'audit ou d'un rapport de mission d'examen, afin de démontrer sa situation financière et sa conformité aux exigences. De plus, si le cautionnement fourni précédemment n'est plus valide ou ne correspond plus aux exigences, il doit être remplacé par un nouveau cautionnement. Tout cela ajoute une charge administrative supplémentaire aux PME, nécessitant une gestion rigoureuse et une coordination avec différents intervenants afin de respecter les exigences légales.

Toutefois, les entrepreneurs reconnaissent l'efficacité de l'OPC, puisque 19 % d'entre eux affirment que les demandes de renouvellement de permis et de certificats délivrés par l'OPC sont traitées rapidement. Sur ce point, la FCEI salue d'ailleurs l'objectif de l'OPC d'améliorer l'offre de services numériques aux

²³ Gouvernement du Québec, 2023, Thésaurus de l'activité gouvernementale. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.thesaurus.gouv.qc.ca/tag/terme.do?id=14101>.

²⁴ Office de la protection du consommateur, 2023, Agences de voyages. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.opc.gouv.qc.ca/commerçant/permis-certificat/agentsdevoyages/permis/renouvellement/>.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

commerçants détenteurs d'un permis délivré par l'Office pour atteindre un taux de 50 % de renouvellement de permis en ligne d'ici le 31 mars 2024²⁵.

Cependant, 36 % des propriétaires de PME ne trouvent pas que les renseignements sur les obligations des commerçants en vertu de la LPC sont facilement accessibles. Dans le but de répondre à ces enjeux et objectifs, l'OPC s'est aussi engagé à fournir aux commerçants des renseignements utiles en augmentant de 15 % le nombre de visites de la Section pour les commerçants sur son site Web d'ici le 31 mars 2024²⁶. En effet, le site Internet de l'OPC constitue une ressource précieuse pour les commerçants et leur permet de réduire le temps consacré à la recherche d'informations liées à la LPC. Par ailleurs, 33 % des propriétaires de PME n'estiment pas recevoir un bon soutien de l'OPC en cas de litige, que ce soit par le service à la clientèle ou sur la plateforme Parle consommation, ce qui peut entraîner une perte de temps considérable pour eux.

« Il est impossible de parler à quelqu'un de vive voix pour poser des questions. Il faut écrire un courriel et attendre un retour. Quand la réponse ne nous aide pas, il faut rédiger un nouveau courriel. C'est un processus fastidieux et très frustrant. »

-Propriétaire d'une PME
Services professionnels, Montérégie

Par conséquent, la paperasse nécessaire à l'obtention des permis et des certificats ainsi qu'à l'accès à l'information a des répercussions sur le temps que les PME doivent consacrer pour se conformer à la LPC. Dans ce contexte, il est crucial que les exigences de l'OPC demeurent raisonnables et ne nuisent pas aux entreprises.

La prochaine section porte sur les changements à apporter à la LPC, selon les entrepreneurs du Québec. Plus précisément, elle présente des modifications législatives susceptibles d'améliorer les conditions d'affaires des commerçants visés par la LPC sans compromettre la protection du consommateur. Pour créer un climat entrepreneurial propice à l'innovation et à la croissance économique, la FCEI invite le gouvernement du Québec à examiner les changements proposés.

Vers une LPC repensée : les demandes des PME du Québec

Les PME du Québec qui sont assujetties à la LPC se sont exprimées à travers une série de propositions législatives. Ces propositions reflètent les réalités actuelles du marché et permettraient d'assurer un meilleur équilibre entre la protection des consommateurs et les besoins des entreprises. Elles témoignent de la volonté des PME de contribuer activement à une LPC qui garantit un environnement commercial équitable et favorise le développement économique et la compétitivité des entreprises locales.

²⁵ Office de la protection du consommateur, 2020. Aperçu du Plan stratégique 2019-2024. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.opc.gouv.qc.ca/a-propos/office/plan-strategique-19-24/>.

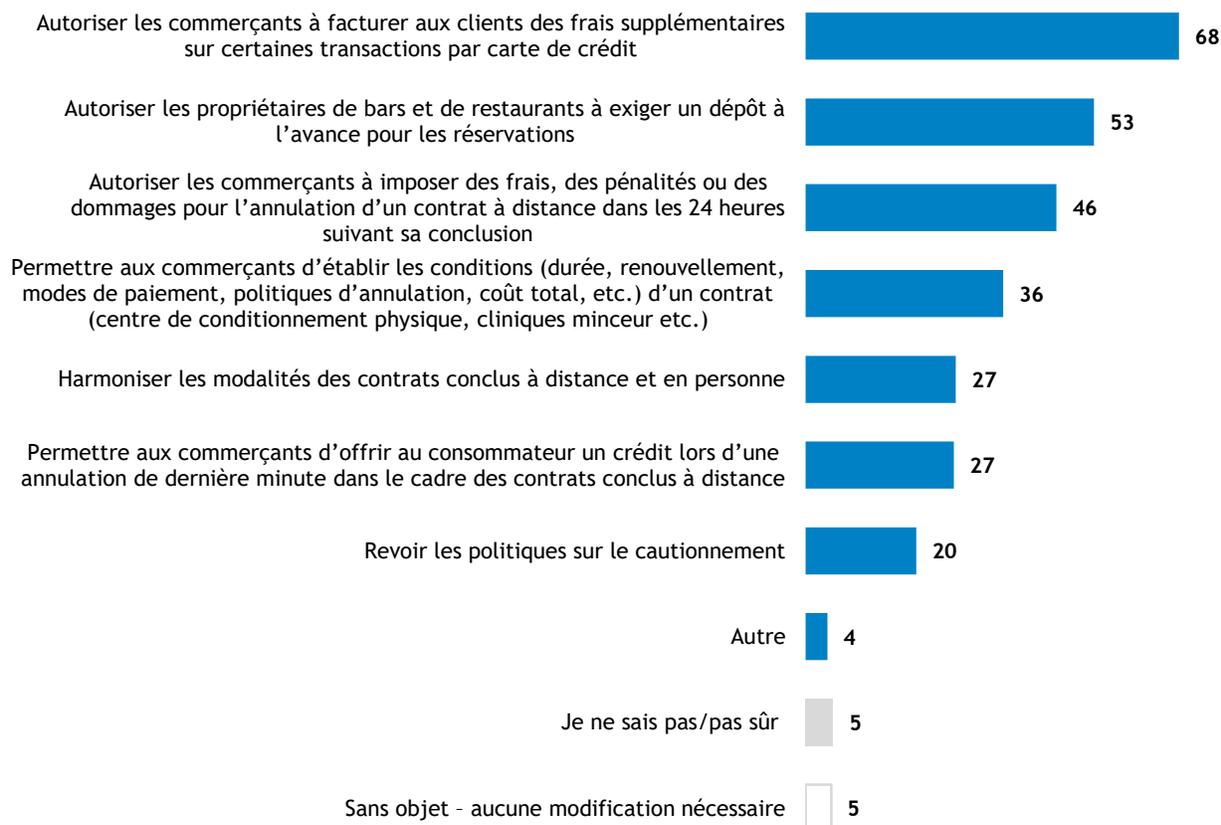
²⁶ Ibid.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

Une LPC repensée pourrait ainsi stimuler la croissance économique tout en préservant les droits et la satisfaction des consommateurs.

Figure 3

Modifications proposées par les propriétaires de PME du Québec à la *Loi sur la protection du consommateur* (% des réponses)



Source : FCEI, sondage Omnibus Québec, mené du 20 avril au 31 mai 2023, n = 278 répondants.

Autoriser les commerçants à facturer aux consommateurs des frais supplémentaires sur certaines transactions effectuées par carte de crédit

Lorsqu'un consommateur règle ses achats avec une carte de crédit, le commerçant doit payer des « frais d'interchange » à l'émetteur de la carte et à l'institution financière pour traiter la transaction. Ces frais peuvent varier de 1,5 % à 4 % en fonction du type de transaction, de carte, de commerce et d'entente²⁷. À l'issue du règlement du recours collectif mené contre des cartes de crédit, Visa et Mastercard autorisent désormais tous les commerçants du Canada (sauf ceux du Québec) à transférer leurs frais de transaction par carte de crédit à leurs clients²⁸.

²⁷ Radio-Canada, 4 avril 2023. La question de la semaine sur les frais liés à l'utilisation de la carte de crédit. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://ici.radio-canada.ca/tele/la-facture/site/segments/capsule/438949/frais-carte-credit-quebec-canada-visa-mastercard>.

²⁸ FCEI, La FCEI s'attaque à l'industrie des cartes de crédit. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.cfib-fcei.ca/fr/des-cartes-de-credit>.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

Le Québec est la seule province du pays qui n'autorise pas les entreprises à facturer des frais aux consommateurs qui paient par carte de crédit, mais la facturation de frais supplémentaires entre entreprises est autorisée²⁹. En effet, l'article 224(c) de la LPC stipule ce qui suit :

« Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit, exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé³⁰. »

Dans ce contexte, il est intéressant de noter que 68 % des propriétaires de PME souhaitent que le gouvernement du Québec les autorise à facturer des frais supplémentaires aux clients pour certaines transactions par carte de crédit. C'est un message très clair envoyé par les propriétaires de commerces. Cette proposition de modification de la LPC bénéficie du plus fort appui des répondants au sondage. En effet, cette solution permettrait d'alléger le fardeau financier imposé par la LPC aux PME tout en rétablissant un meilleur équilibre entre le commerçant et le client qui opte pour un mode de paiement plus onéreux.

Lutter contre le phénomène du « no-show »

Le phénomène du « no-show » frappe de plus en plus de secteurs, notamment les bars, la restauration et les salons de coiffure. Il désigne les situations où le consommateur réserve une place dans un établissement, mais ne se présente pas au moment convenu. Ce comportement diminue les occasions d'affaires des exploitants, qui garantissent une place jusqu'à la dernière minute, alors que souvent, ils ont dû refuser d'autres clients, faute d'avoir été avisés.

Au cours des dernières années, le « no-show » a connu une intensification préoccupante : il représente environ 18 à 20 % des réservations dans les restaurants³¹. Cette problématique engendre des pertes financières considérables pour les propriétaires d'établissements, qui se retrouvent démunis face à ce phénomène. Effectivement, « Si un restaurant dont la capacité est de 100 % génère généralement 2 000 \$ de recettes par jour, il peut perdre jusqu'à 400 \$ par soirée, soit 150 000 \$ par an, si une réservation sur cinq ne se présente pas³² ». Par conséquent, plus de la moitié (53 %) des propriétaires de PME québécoises et 77 % des propriétaires de PME du secteur de l'hébergement et la restauration voudraient qu'on autorise les propriétaires de bars et de restaurants à exiger un dépôt à l'avance pour les réservations.

« Les salons de toilettage sont victimes d'une épidémie de clients qui ne se présentent pas à leur rendez-vous. [...] Malgré des confirmations de rendez-vous par courriel, SMS, et deux rappels par téléphone nous avons en moyenne quatre clients qui ne se présentent pas par semaine. Ces clients nous font perdre de l'argent, car je dois quand même payer mes employés. »

-Propriétaire d'une PME
Commerce de détail, Lanaudière

²⁹ Office de la protection du consommateur, 2022, Prix et rabais. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.opc.gouv.qc.ca/commerçant/pratique-commerce/prix-rabais/frais-interdit/>.

³⁰ Légis Québec, *Loi sur la protection du consommateur*. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/p-40.1>.

³¹ Libro, Le côté obscur du non-respect d'une réservation : quel est l'impact des non-présentations sur les restaurants. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://librorez.com/fr/industry/le-cote-negatif-de-ne-pas-honorer-une-reservation-limpact-des-no-shows-sur-les-restaurants/>.

³² Ibid.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

Dans ces conditions, il n'est donc pas étonnant que 79 % des propriétaires de PME du secteur du commerce de détail jugent nécessaire de réviser la LPC afin d'assurer la pertinence des politiques actuellement en vigueur.

La FCEI s'est exprimée à plusieurs reprises sur le phénomène du « no-show ». En 2017, nous avons déposé un mémoire dans le cadre des consultations menées sur le Projet de loi n° 134 concernant la modernisation des règles relatives au crédit à la consommation³³. Nous nous sommes positionnés en faveur de la possibilité d'imposer des frais lors de l'annulation d'une réservation pour protéger les restaurateurs.

En 2019, nous avons envoyé une lettre au ministère de la Justice pour que les restaurateurs puissent exiger un dépôt symbolique lors de réservations effectuées par des groupes de clients³⁴.

Actuellement, l'article 13 de la LPC stipule ce qui suit :

« Est interdite la stipulation qui impose au consommateur, dans le cas de l'inexécution de son obligation, le paiement de frais, de pénalités ou de dommages, dont le montant ou le pourcentage est fixé à l'avance dans le contrat, autres que l'intérêt couru³⁵. »

Il serait nécessaire d'outiller les propriétaires de PME de l'industrie frappée par ce phénomène, afin qu'ils puissent gérer convenablement leur risque en matière de « no-show ». Rappelons que de tels mécanismes sont déjà disponibles depuis des années dans le secteur touristique, notamment dans l'hôtellerie, et même au sein d'organismes gouvernementaux tels que la Société des établissements de plein air du Québec (Sépaq), qui disposent d'une politique de réservation et d'annulation³⁶. Cette adaptation pour ces secteurs n'a pas été faite au détriment des consommateurs.

Il est temps de corriger le déséquilibre pour les autres entreprises touchées par cet enjeu. La FCEI invite le gouvernement du Québec à prendre des mesures afin d'assurer l'équité des exploitants de secteurs touchés par ces enjeux et confrontés à une réglementation ambiguë, en leur fournissant les mêmes outils pour faire face à la problématique du « no-show ».

Harmoniser les modalités des différents types de contrats : conclus en personne et à distance

Pour faciliter l'application de la LPC et lutter contre les « no-shows », il serait important d'harmoniser les modalités des contrats conclus en personne et de ceux conclus à distance. L'article 54.1 de la LPC définit les contrats conclus à distance comme suit :

³³ FCEI, 2017, Protection des consommateurs : des ajustements nécessaires. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.cfib-fcei.ca/hubfs/legacy/2017-12/qc1153.pdf>.

³⁴ FCEI, Lettre, 17 avril 2019, Ministre de la Justice Sonia Label, Projet de règlement sur le phénomène du « no show » dans le secteur de la restauration.

³⁵ Légis Québec, *Loi sur la protection du consommateur*. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/p-40.1>.

³⁶ Sépaq, 2023, Modalités de réservation. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.sepaq.com/reservation/modalites/pre-a-camper.dot>.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

« Un contrat conclu alors que le commerçant et le consommateur ne sont pas en présence l'un de l'autre et qui est précédé d'une offre du commerçant de conclure un tel contrat³⁷. »

Ce type de contrat a connu une augmentation significative ces dernières années en raison de l'évolution des technologies et des nouvelles préférences des consommateurs. Il existe cependant des différences considérables entre les contrats conclus à distance et ceux conclus en personne. Cela ajoute une couche de complexité pour les consommateurs, car ils doivent aussi s'assurer de bien comprendre et respecter les modalités propres à chaque type de contrat.

Cette distinction entre les modalités peut impacter le temps des PME de différentes manières. Les entreprises doivent consacrer des ressources supplémentaires à la gestion des contrats conclus à distance, en veillant à se conformer aux exigences spécifiques, à fournir les informations précontractuelles requises et à gérer les droits de rétractation éventuels. Cette complexité administrative peut augmenter la charge de travail des PME et nécessiter une gestion plus rigoureuse pour assurer la conformité.

Près du tiers (27 %) des propriétaires de PME québécoises assujetties à la LPC estiment qu'il faudrait harmoniser les modalités des contrats conclus à distance et de ceux conclus en personne, notamment les conditions d'annulation. Par exemple, contrairement aux contrats conclus en personne, les modalités des contrats conclus à distance, conformément à l'article 54.13 de la LPC, prévoient ce qui suit :

« Le commerçant doit, dans les 15 jours suivant la résolution du contrat, rembourser le consommateur de toutes les sommes payées par ce dernier en vertu de ce contrat et de tout contrat accessoire, y compris les sommes payées à un tiers.

Le consommateur doit, dans les 15 jours suivant la résolution du contrat, ou la livraison si celle-ci est postérieure à la résolution, restituer au commerçant, dans l'état où il les a reçus, les biens faisant l'objet du contrat.

Le commerçant assume les frais raisonnables de restitution³⁸. »

Les résultats du sondage indiquent que 27 % des propriétaires de PME estiment que le gouvernement du Québec devrait permettre aux commerçants d'offrir au consommateur un crédit lors d'une annulation de dernière minute dans le cadre d'un contrat conclu à distance. Par ailleurs, 46 % des propriétaires de PME demandent l'autorisation d'imposer des frais, des pénalités ou des dommages pour compenser l'annulation d'un contrat à distance dans les 24 heures suivant sa conclusion. En accordant aux PME le droit d'offrir un crédit ou d'imposer des frais en cas d'annulation, le gouvernement du Québec permettrait aux entreprises de mieux gérer leurs risques et leurs pertes, tout en encourageant une utilisation plus responsable des réservations et des achats effectués à distance.

³⁷ Légis Québec, *Loi sur la protection du consommateur*. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/p-40.1>.

³⁸ Légis Québec, *Loi sur la protection du consommateur*. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/p-40.1>.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

Cette uniformité faciliterait la gestion des opérations commerciales et réduirait les risques de rétrofacturation frauduleuse pour les PME. D'ailleurs, un récent rapport révèle que 38 % des propriétaires d'entreprises interrogées ont été victimes d'une fraude liée aux paiements numériques; par exemple, certains individus peuvent obtenir un remboursement alors que le contrat est respecté³⁹ ⁴⁰. Les rétrofacturations peuvent engendrer des pertes financières importantes, avec des frais de rétrofacturation et de transaction ajoutés au montant initial, ainsi que des complications administratives pour les commerçants. En harmonisant les modalités des deux types de contrats, nous pourrions réduire les litiges et l'usage de la rétrofacturation et ainsi permettre aux PME de se concentrer sur leurs activités principales sans craindre de subir des conséquences financières imprévues.

L'harmonisation des modalités de ces deux types de contrats permettrait aux PME de bénéficier d'une plus grande cohérence dans leurs pratiques commerciales. L'alignement des conditions, des clauses et des garanties des contrats conclus en personne et à distance leur permettrait également de gérer leurs transactions de manière plus fluide et uniforme.

Autoriser les commerçants à établir les conditions de leur contrat

Il est essentiel de permettre aux entreprises de définir leurs conditions contractuelles afin de mieux refléter les réalités opérationnelles de leur secteur d'activité. Ainsi, 36 % des PME estiment qu'il faudrait permettre aux commerçants d'établir les conditions d'un contrat selon le produit ou le service offert.

Ces conditions pourraient inclure la durée, les modalités de renouvellement, les modes de paiement, les politiques d'annulation et le coût total, quel que soit le type de contrat (conclu à distance ou en personne). En autorisant les propriétaires de PME à définir les politiques d'annulation et certaines modalités, telles que le mode de paiement, ils pourraient mieux gérer les risques financiers associés aux contrats, en particulier ceux conclus à distance.

Cette orientation pourrait également offrir des avantages aux consommateurs, notamment une plus grande flexibilité dans les options de paiement, les politiques d'annulation, la durée du contrat, etc. Cela leur permettrait de choisir des arrangements qui correspondent davantage à leurs préférences et à leur situation personnelle. Une régulation adéquate serait nécessaire pour garantir que les pratiques commerciales demeurent équitables et transparentes pour toutes les parties concernées.

En résumé, si les propriétaires de PME avaient la latitude nécessaire pour établir les conditions de leurs contrats, ils pourraient minimiser les risques financiers, s'adapter aux particularités de leur secteur d'activité et simplifier leur gestion administrative, ce qui se traduirait par des avantages significatifs en termes de temps, de flexibilité et de rentabilité. Les propriétaires de PME ont besoin de plus de liberté ou, au minimum, d'une harmonisation entre les modalités des contrats conclus à distance et ceux conclus en personne.

³⁹ *En anglais seulement*. MasterCard, 2023, Business fraud report: global. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://b2b.mastercard.com/news-and-insights/research-and-reports/business-fraud-report-global/>.

⁴⁰ Marie-Eve Fournier, La Presse, 2023, Les banques refilent la facture aux marchands. Consultation en ligne le 2 août 2023. <https://www.lapresse.ca/affaires/chroniques/2023-05-10/les-banques-refilent-la-facture-aux-marchands/je-trouve-ca-ultra-injuste.php>.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

Conclusion

La LPC pourrait être adaptée pour mieux répondre aux réalités opérationnelles des PME. Cette constatation est soutenue par 72 % des propriétaires de PME québécoises, qui estiment qu'une révision de la LPC est nécessaire afin de maintenir des politiques pertinentes.

Certains propriétaires de PME considèrent que la LPC ne reflète pas leurs réalités opérationnelles, mais une modernisation et une révision de cette dernière permettraient de l'adapter plus adéquatement aux besoins et aux réalités des PME québécoises. Une LPC révisée, modernisée et équilibrée renforcerait le lien de confiance entre le consommateur et le commerçant tout en protégeant les droits de chacune des parties. Cette réforme devrait tenir compte des préoccupations des PME, notamment l'impact financier, les contraintes de temps et les exigences administratives.

La FCEI recommande au gouvernement du Québec de porter une attention particulière aux propositions de modification suggérées par les propriétaires de PME assujettis à la LPC afin qu'elle réponde davantage à leurs besoins et leurs réalités tout en conservant la protection élevée du consommateur. Effectivement, leurs demandes sont claires notamment d'autoriser les commerçants à facturer des frais supplémentaires aux consommateurs sur les transactions effectuées par carte de crédit, ainsi que d'autoriser les propriétaires de bars et de restaurants à exiger un dépôt à l'avance pour les réservations. De plus, les propriétaires de PME émettent des attentes spécifiques pour être autorisés à imposer des frais, des pénalités ou des dommages, lors de l'annulation d'un contrat à distance et enfin de pouvoir offrir un crédit lors d'une annulation de dernière minute dans le cadre d'un contrat conclu à distance. Agir pour harmoniser les modalités des contrats conclus à distance avec celles des contrats conclus en personne faciliterait la gestion des opérations commerciales des propriétaires de PME et réduirait les risques de rétrofacturation parfois frauduleuse. Les commerçants devraient également jouir de plus de liberté pour définir les modalités qui conviennent à leur secteur d'activité. Cette marge de manœuvre leur permettrait entre autres de lutter plus efficacement contre le phénomène du « no-show ».

En adaptant les règles et les dispositions légales aux contraintes des PME et aux nouvelles réalités d'affaires, la réforme permettrait d'atténuer les défis financiers et opérationnels auxquels les propriétaires de PME québécoises sont confrontés tout en maintenant le haut niveau de protection des consommateurs. Une modernisation de la LPC contribuerait également à créer un environnement commercial plus sain et favorable à la prospérité économique tant pour les PME que pour les consommateurs.

Repenser la *Loi sur la protection du consommateur* : mieux l'adapter aux réalités des PME tout en préservant la protection élevée des consommateurs

À propos de la FCEI

La FCEI est une organisation non partisane et sans but lucratif qui représente exclusivement les intérêts de 97 000 propriétaires de petites et moyennes entreprises (PME) au Canada, dont 21 000 au Québec. La FCEI a une capacité de recherche sans égal parce qu'elle est en mesure de recueillir auprès de ses membres des renseignements concrets et opportuns au sujet d'enjeux commerciaux qui ont une incidence sur leurs activités quotidiennes et leurs résultats. Elle est, à ce titre, une excellente source de données à jour dont les gouvernements devraient tenir compte quand ils élaborent des politiques qui entraînent des répercussions sur les PME canadiennes.

Visitez feci.ca pour en savoir plus.

À propos des auteures



Juliette Nicolaj
Stagiaire en politique
publique et défense des
intérêts des PME

Juliette Nicolaj est stagiaire en politique publique et défense des intérêts des PME dans le cadre du programme annuel de stages de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI), parrainé par la Banque Scotia.

Elle est titulaire d'un baccalauréat en économie de l'Université McGill.

À la FCEI, elle travaille sur différents dossiers notamment sur la protection du consommateur et la pénurie de main-d'œuvre.



Clémence Joly
Analyste principale des
politiques

Clémence Joly est analyste principale des politiques à la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI).

Elle analyse et commente les projets de loi qui affectent les entreprises, elle rédige et crée des contenus (mémoires, rapports, lettres, etc.). Elle fait des représentations politiques sur les enjeux des PME et siège sur divers comités et groupes de travail. Elle veille à sensibiliser les différents paliers gouvernementaux dans l'élaboration des politiques publiques et agit comme porte-parole francophone dans les médias.

Depuis son arrivée à la FCEI, elle a notamment travaillé sur plusieurs rapports de recherche portant sur les enjeux des PME, dont la pénurie de main-d'œuvre et l'inflation.

