

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION GÉNÉRALE – LES FONDEMENTS DU DROIT DE LA CONSOMMATION	1
0.1 LA PROBLÉMATIQUE DU CONSOMMATEUR.	3
0.1.1 Les nombreux problèmes du consommateur au cœur de la société de consommation.	3
0.1.1.1 Petite nomenclature des vicissitudes juridiques de la consommation	3
0.1.1.2 Le développement phénoménal de la société de consommation	6
0.1.1.3 Les facteurs de déséquilibre contractuel du consommateur	9
0.1.1.3.1 Facteurs extrajuridiques	9
0.1.1.3.1.1 Manque chronique d'information	10
0.1.1.3.1.2 Déséquilibre économique	11
0.1.1.3.1.3 Faiblesse de l'intérêt pécuniaire	11
0.1.1.3.2 Facteur juridique : le contrat d'adhésion comme outil de soumission juridique	11
0.1.2 L'impuissance et l'incompatibilité du Code civil à résoudre les problèmes du consommateur	14
0.1.2.1 Un instrument fondé sur le principe de la liberté contractuelle.	14
0.1.2.2 Un instrument favorisant le libéralisme économique.	15
0.1.2.3 Un instrument non adapté pour répondre à des situations problématiques particulières	18

0.2	LE DROIT DE LA CONSOMMATION, UNE NÉCESSITÉ LOGIQUE	18
0.2.1	La naissance du droit québécois et canadien de la consommation	19
0.2.2	La délimitation du droit de la consommation	26
0.2.2.1	Objectifs	26
0.2.2.2	Caractères	29
0.2.2.2.1	Droit autonome	29
0.2.2.2.2	Droit dérogatoire	29
0.2.2.2.3	Droit d'ordre public (ordre public de protection)	31
0.2.2.2.4	Droit de nature collective	32
0.2.2.2.5	Droit pluridisciplinaire	33
0.2.3	Vers une éventuelle Charte des droits fondamentaux des consommateurs ?	34
0.3	LE DÉBAT CONSTITUTIONNEL	38
0.3.1	Le partage des compétences : une compétence législative partagée	38
0.3.2	Les revers de la liberté d'expression commerciale : une menace pour la protection des droits des consommateurs	47
	QUESTIONS et SUJETS DE DÉBAT	51
	RÉPONSES	52
	TITRE 1 – LA PORTÉE DU DROIT QUÉBÉCOIS DE LA CONSOMMATION	55
1.1	LA DÉFINITION DU CONSOMMATEUR : UNE QUESTION DE CONTEXTE	57
1.2	LE CHAMP D'APPLICATION DE LA <i>LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR</i>	58
1.2.1	Critères personnels (les personnes visées)	58
1.2.1.1	Définition législative du consommateur	59
1.2.1.1.1	Personne physique	59

1.2.1.1.2	Destination personnelle du bien ou du service	60
1.2.1.2	Définition du commerçant	64
1.2.2	Critères matériels (les contrats de consommation couverts) . . .	71
1.2.2.1	Les contrats réglementés	71
1.2.2.1.1	Nature du contrat.	71
1.2.2.1.2	Objet du contrat.	72
1.2.2.1.2.1	Biens	72
1.2.2.1.2.2	Services	75
1.2.2.2	Les exemptions législatives et réglementaires	77
1.2.2.2.1	Exemptions totales	77
1.2.2.2.2	Exemptions partielles	77
1.3	LE CONTRAT DE CONSOMMATION AU SENS DU <i>CODE CIVIL</i> <i>DU QUÉBEC</i>	78
1.3.1	Définition	79
1.3.2	Portée et effets	82
1.4	L'APPLICATION EXTRATERRITORIALE DE LA <i>LOI SUR LA</i> <i>PROTECTION DU CONSOMMATEUR</i>	83
1.4.1	Le contrat à distance	83
1.4.2	Le contrat conclu à l'extérieur des frontières par un consommateur résidant au Québec	84
	QUESTIONS et CAS PRATIQUES	87
	RÉPONSES	89
	TITRE 2 – LE DROIT À LA LOYAUTÉ ET À L'ÉGALITÉ DANS LES RELATIONS CONTRACTUELLES	91
2.1	L'OBLIGATION DE LOYAUTÉ DE L'OFFRE	93
2.1.1	La loyauté du contenu de l'offre	93
2.1.1.1	L'obligation de contracter de bonne foi	93
2.1.1.2	L'interdiction de la publicité trompeuse	94

2.1.2	La loyauté des méthodes d'offre de biens et de services – Le contrôle des pratiques commerciales incitatives à la consommation	94
2.1.2.1	L'intrusion chez le consommateur	95
2.1.2.1.1	La vente itinérante	95
2.1.2.1.1.1	Définition des concepts	95
2.1.2.1.1.2	Exclusions	96
2.1.2.1.2	La vente par inertie : l'envoi forcé ou l'offre de service à option négative	98
2.1.2.2	L'attraction du consommateur vers des lieux de vente	99
2.1.2.2.1	Jours et heures d'ouverture des magasins	99
2.1.2.2.2	La vente à prix d'appel	99
2.1.2.3	La vente à distance (le télémarketing, le cybercommerce)	100
2.1.2.3.1	La définition et les procédés de vente à distance	101
2.1.2.3.2	Le lieu de la formation du contrat	102
2.1.2.3.3	L'exécution du contrat	103
2.1.2.3.3.1	La livraison et le paiement	103
2.1.2.3.3.2	La faculté de retour	103
2.1.2.3.4	Le contrat électronique (sur Internet)	103
2.1.2.4	Les contrats de service à exécution successive relatifs à un enseignement, un entraînement ou une assistance	105
2.1.2.4.1	Les définitions	105
2.1.2.4.1.1	En général	105
2.1.2.4.1.2	Le contrat avec un studio de santé	107
2.1.2.4.2	L'exécution du contrat	107
2.1.2.4.2.1	Interdiction de paiement par anticipation	107
2.1.2.4.2.2	Échelonnement des paiements	108
2.1.2.4.2.3	Durée du contrat avec un studio de santé	108

2.1.2.5	Le contrat à exécution successive de service fourni à distance.	108
2.1.2.5.1	Champ d'application	108
2.1.2.5.2	Principes généraux	109
2.1.2.5.3	Droit de résiliation	110
2.1.2.6	Le contrat relatif aux droits d'hébergement en temps partagé.	115
2.1.2.7	Les pratiques de commerce incitatives	117
2.1.2.7.1	La vente avec prime	117
2.1.2.7.2	Les concours publicitaires.	118
2.1.2.7.3	Les cartes prépayées	119
2.1.2.7.4	Les programmes de fidélisation	122
2.1.2.8	Les procédés de vente pyramidale	123
2.2	L'EXIGENCE D'UN CONSENTEMENT ÉCLAIRÉ ET RÉFLÉCHI	125
2.2.1	L'information nécessaire et préalable à un consentement éclairé	125
2.2.1.1	Les mentions obligatoires	125
2.2.1.1.1	Contenu de l'obligation de renseignement	126
2.2.1.1.2	Sanctions du défaut.	127
2.2.1.2	Les mentions interdites	127
2.2.1.2.1	Les stipulations d'exonération ou de limitation de responsabilité	128
2.2.1.2.2	Les stipulations de volonté unilatérale du commerçant.	131
2.2.1.2.3	Les clauses pénales, de frais d'administration ou de dommages	131
2.2.1.2.4	La clause d'arbitrage obligatoire	135
2.2.1.2.5	La clause de modification unilatérale de contrat.	136
2.2.1.2.6	La clause de résiliation unilatérale de contrat.	139
2.2.1.2.7	Autres stipulations interdites	140

2.2.1.3	La protection par le formalisme des contrats de consommation	141
2.2.1.3.1	Portée du formalisme contractuel	142
2.2.1.3.2	Contenu du formalisme contractuel	142
2.2.1.3.2.1	L'exigence de la rédaction et de la remise d'un contrat écrit	142
2.2.1.3.2.2	L'exigence d'un contrat en français	144
2.2.1.3.2.3	Contrat type et contenu obligationnel spécifiques à certains contrats	144
A.	Contrat de crédit	144
B.	Contrat conclu avec un commerçant itinérant	145
C.	Vente d'automobile ou de motocyclette d'occasion	145
D.	Contrat relatif aux droits d'hébergement en temps partagé	145
E.	Contrat de service à exécution successive relatif à un enseignement, un entraînement ou une assistance et les contrats accessoires	145
F.	Louage de bien à long terme avec option d'achat ou à valeur résiduelle garantie	145
G.	Contrat conclu à distance	145
H.	Contrat à exécution successive de service fourni à distance	145
I.	Contrat de service de règlement de dettes	145
J.	Achat d'un immeuble d'habitation neuf	146
a)	Le contrôle de l'exercice de la profession	146
b)	La réglementation du contrat de vente	146
2.2.1.3.3	Sanction du non-respect du formalisme	146
2.2.1.3.3.1	Annulation du contrat	147
2.2.1.3.3.2	Défense d'absence de préjudice	148
2.2.1.3.3.3	Délai	148
2.2.1.4	L'interprétation du contrat et des clauses ambiguës	148

2.2.2	Le temps nécessaire à un consentement réfléchi.	149
2.2.2.1	La réflexion antérieure à la formation du contrat : la protection du consommateur en matière d'avant- contrats	149
2.2.2.1.1	La promesse d'achat.	150
2.2.2.1.2	L'achat d'un immeuble d'habitation neuf.	150
2.2.2.2	La réflexion postérieure à la formation du contrat : le droit de retrait.	150
2.2.2.2.1	Le contrat de vente itinérante	151
2.2.2.2.2	Le contrat de crédit	154
2.2.2.2.3	Le contrat de louage à long terme avec valeur résiduelle garantie.	154
2.2.2.2.4	Le contrat de service à exécution successive relatif à un enseignement, un entraînement ou une assistance	155
2.2.2.2.4.1	En général	155
2.2.2.2.4.2	Avec un studio de santé	156
2.2.2.2.5	Le contrat conclu oralement à distance	157
2.2.2.2.6	Le contrat d'achat d'un immeuble d'habitation neuf	157
2.2.2.2.7	Le contrat d'arrangements funéraires.	157
2.2.2.2.8	Le contrat relatif aux droits d'hébergement en temps partagé	158
2.2.2.3	La faculté de résoudre ou de résilier un contrat à la suite d'une modification unilatérale	160
2.2.3	La reconnaissance de la lésion entre majeurs comme voie générale de sanction	160
2.2.3.1	Conceptions de la lésion entre majeurs (exploitation contractuelle)	162
2.2.3.1.1	Conception objective.	162
2.2.3.1.2	Conception subjective.	162
2.2.3.2	La consécration du principe : les articles 8 et 9 L.P.C.	163

2.2.3.3	Des applications parcimonieuses du principe de lésion dans le <i>Code civil du Québec</i>	171
2.2.3.3.1	L'obligation de contracter de bonne foi	172
2.2.3.3.2	La clause abusive	172
2.2.3.3.3	La clause pénale	174
2.2.3.3.4	La clause externe	175
2.2.3.3.5	La clause illisible ou incompréhensible	176
	QUESTIONS et CAS PRATIQUES	177
	RÉPONSES	181
 TITRE 3 – LE DROIT À LA QUALITÉ ET À LA SÉCURITÉ DES BIENS ET DES SERVICES		183
3.1	LES MOYENS JURIDIQUES D'UNE POLITIQUE DE QUALITÉ ET DE SÉCURITÉ DES BIENS ET DES SERVICES	185
3.1.1	L'approche réglementaire : la normalisation des biens et des services	186
3.1.2	L'approche contractuelle : l'imposition d'une obligation légale de garantie au commerçant	187
3.1.2.1	Contenu de l'obligation	188
3.1.2.1.1	Garantie de conformité des biens et des services	189
3.1.2.1.2	Garantie de durabilité (bon fonctionnement)	190
3.1.2.1.3	Garantie contre les vices cachés	194
3.1.2.1.3.1	En vertu du Code civil	194
3.1.2.1.3.2	En vertu de la <i>Loi sur la protection du consommateur</i>	199
3.1.2.1.4	Garantie de service après-vente	203
3.1.2.2	Les recours du consommateur	203
3.1.2.2.1	En vertu du Code civil	203
3.1.2.2.2	En vertu de la <i>Loi sur la protection du consommateur</i>	205

3.1.3	La responsabilité pour le défaut de sécurité d'un bien dangereux	208
3.1.3.1	Principes généraux de la responsabilité du fait des biens et de l'obligation d'information	208
3.1.3.2	Responsabilité extracontractuelle du <i>Code civil du Québec</i>	209
3.1.3.3	Comparaison avec l'obligation d'information de la L.P.C.	214
3.1.4	L'approche volontariste : les garanties conventionnelles	215
3.1.4.1	L'exigence d'une garantie claire et précise	216
3.1.4.1.1	Exclusion	217
3.1.4.1.2	Durée	217
3.1.4.1.3	Subordination de la validité de la garantie à un agrément	218
3.1.4.1.4	Cessibilité	218
3.1.4.1.5	Contenu obligationnel	219
3.1.4.2	Exécution de la garantie	219
3.1.4.2.1	Frais d'exécution	219
3.1.4.2.2	Frais de transport ou d'expédition	220
3.1.4.2.3	Carte de validation	220
3.1.4.2.4	Subordination de la validité à l'emploi d'un produit d'une marque de commerce déterminée	220
3.1.4.2.5	Désignation d'un intermédiaire	221
3.1.4.2.6	Prolongation de la garantie en cas de dépossession	221
3.1.5	Les garanties supplémentaires	221
3.2	LES RÉGIMES DE PROTECTION À L'ÉGARD DE BIENS OU DE SERVICES PARTICULIERS	224
3.2.1	La vente et la location à long terme d'une automobile ou d'une motocyclette d'occasion	224
3.2.1.1	État du marché et problématique	225

3.2.1.2	Champ d'application	226
3.2.1.2.1	Définitions d'automobile et de motocyclette d'occasion	226
3.2.1.2.2	Cas d'exclusion	227
A.	Réalisation d'une option d'achat contenue dans un contrat de location à long terme	227
B.	Vente d'accommodation	227
C.	Vente ou location à long terme à un employé	228
D.	Vente par des institutions financières	228
3.2.1.3	Information préalable au contrat : exigence d'une étiquette informative	228
3.2.1.3.1	Contenu obligationnel	228
3.2.1.3.2	Sanctions en cas de non-respect	229
3.2.1.3.2.1	Fausse information	229
3.2.1.3.2.2	Absence d'étiquette	230
3.2.1.4	Réglementation du contrat et des pratiques commerciales	230
3.2.1.5	Garanties	231
3.2.1.5.1	Obligation légale de garantie	231
3.2.1.5.1.1	Automobile d'occasion	231
3.2.1.5.1.2	Motocyclette d'occasion	232
3.2.1.5.2	Étendue de la garantie	233
3.2.1.5.3	Subsistance de la garantie contre les vices cachés	235
3.2.2	La location à long terme d'une automobile neuve ou d'un autre bien mobilier	236
3.2.2.1	Contexte et problématique	236
3.2.2.2	Règles d'application générale à tous les contrats	237
3.2.2.2.1	Champ d'application	237

3.2.2.2.2	Évaluation de la capacité financière du consommateur	237
3.2.2.2.3	Formalisme contractuel	238
3.2.2.2.4	Paiement du loyer	238
3.2.2.2.5	Frais d'utilisation	238
3.2.2.2.6	Clauses abusives	238
3.2.2.2.7	Perte par cas de force majeure	239
3.2.2.2.8	Garanties conventionnelles	241
3.2.2.2.9	Résiliation du contrat	241
3.2.2.3	Règles particulières au contrat de louage avec valeur résiduelle garantie (V.R.G.)	242
3.2.2.3.1	Définition	242
3.2.2.3.2	Établissement de la V.R.G.	242
3.2.2.3.3	Responsabilité du consommateur à la fin du contrat	242
3.2.2.3.4	Option d'achat	242
3.2.2.3.5	Droit de préemption	243
3.2.3	Les réparations d'automobiles ou d'appareils domestiques . . .	243
3.2.3.1	État de la situation	243
3.2.3.2	Champ d'application	244
3.2.3.2.1	Nature des réparations	244
3.2.3.2.1.1	Réparations couvertes	244
3.2.3.2.1.2	Réparations exclues	245
3.2.3.2.2	Définition élargie du commerçant	245
3.2.3.3	Exigence d'une évaluation écrite préalable	246
3.2.3.3.1	Contenu obligationnel	247
3.2.3.3.1.1	Nature des réparations à faire et prix	247
3.2.3.3.1.2	Frais d'évaluation	247

B. Double étiquetage	270
C. Revente d'un billet de spectacle	270
4.2.2 La liberté de comparer les biens et les services	272
4.2.2.1 L'absence de restrictions des essais comparatifs	273
4.2.2.2 Les restrictions à la publicité comparative	274
4.2.2.2.1 Définition de la publicité comparative	274
4.2.2.2.2 Conditions de légalité	274
4.3 LA PUBLICITÉ : MOTEUR FONDAMENTAL DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION	276
4.3.1 Le droit à une information véridique : l'interdiction de toute publicité trompeuse	278
4.3.1.1 Les mécanismes d'autoréglementation de l'industrie	278
4.3.1.2 L'approche pénale de l'intervention législative	279
4.3.1.2.1 Contours de la prohibition générale	279
4.3.1.2.1.1 « Représentation » ou « indication » fautive ou trompeuse	280
4.3.1.2.1.2 Les conceptions jurisprudentielles du critère de l'impression générale et du consommateur moyen	282
4.3.1.2.1.3 Les commerçants visés	288
4.3.1.2.1.4 L'absence de contrôle des techniques de persuasion	288
4.3.1.2.1.5 Nature de l'infraction et défenses possibles	290
4.3.1.2.2 Infractions spécifiques	291
4.3.1.2.2.1 Fausses représentations sur la qualité du produit ou du service	292
A. Attribution d'un avantage particulier	292
B. Composant particulier	293
C. Dimension, poids, mesure ou volume	293
D. Norme de qualité	294

E.	Catégorie, type, modèle ou année de fabrication	294
F.	Condition du bien	294
G.	Antécédents particuliers du bien	295
H.	Rendement, efficacité ou durée utile	295
I.	Garantie	296
J.	Fausses épreuves scientifiques et déformation de témoignage	296
4.3.1.2.2.2	Fausses représentations sur la qualité du commerçant	297
A.	Statut de commerçant	297
B.	Recommandation par un tiers	298
C.	Interdiction d'invoquer la détention d'un permis de l'OPC ou le dépôt d'un cautionnement.	298
D.	Interdiction d'indiquer une simple case postale comme adresse	298
E.	Promotion des droits d'hébergement en temps partagé	299
4.3.1.2.2.3	Fausses représentations sur la nature de la transaction	299
A.	Circonstance particulière	299
B.	Publicité « sympathique » (prétexte d'un motif)	299
C.	Occasion d'affaires ou d'investissement	300
4.3.1.2.2.4	Fausses représentations sur le prix	300
A.	Fausse réduction de prix	301
a)	Facteur spatial	302
b)	Facteur temporel	303
B.	Camouflage du prix d'ensemble.	303
C.	Utilisation de l'expression « prix coûtant »	304
D.	Défaut de correspondance entre le prix et l'illustration du bien ou du service	304

E. Fausses représentations sur les taxes	305
4.3.1.2.3 La diversité des sanctions de la publicité trompeuse	305
4.3.1.2.3.1 Sanction pénale	306
4.3.1.2.3.2 Sanctions administratives pécuniaires	306
4.3.1.2.3.3 Injonction	306
4.3.1.2.3.4 Démonstration de la véracité du message publicitaire	307
4.3.1.2.3.5 Ordonnance de publicité corrective	307
4.3.1.2.3.6 Sanctions civiles	308
A. Présomption d'erreur et recours du <i>Code civil du Québec</i>	308
B. Non-respect de la Loi et recours de la L.P.C.	309
4.3.1.3 L'approche administrative du législateur fédéral	313
4.3.2 Interdiction de la publicité destinée aux enfants	313
4.3.2.1 Originalité d'une interdiction générale	313
4.3.2.2 Justifications de l'interdiction	314
4.3.2.3 Critères de détermination de la publicité	315
4.3.2.4 Exceptions	316
QUESTIONS et CAS PRATIQUES	317
RÉPONSES	320
TITRE 5 – LE DROIT À LA PROMOTION ET À LA PROTECTION DES INTÉRÊTS ÉCONOMIQUES INDIVIDUELS ET COLLECTIFS DES CONSOMMATEURS	323
5.1 LA PROTECTION À L'ÉGARD DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION	325
5.1.1 L'importance du phénomène du crédit à la consommation	326
5.1.1.1 Notion de crédit	326
5.1.1.2 Les procédés de crédit à la consommation en vigueur sur le marché	328

A. Le prêt d'argent	328
B. Le crédit variable	329
C. La vente à tempérament	330
D. La location à crédit	331
E. Hypothèque mobilière sur un véhicule routier	331
F. Autres contrats assortis d'un crédit – Phénomène de la diversification des formules d'achat à crédit	331
5.1.1.3 La situation de surendettement des consommateurs canadiens	332
5.1.2 La protection des consommateurs contre les pièges du crédit	335
5.1.2.1 Objectif législatif général : la protection contre l'endettement excessif	335
5.1.2.2 Opérations d'application restreinte	336
5.1.2.2.1 En raison de la nature du contrat : le crédit hypothécaire	336
5.1.2.2.2 En raison du fournisseur de crédit : les banques	339
5.1.2.2.3 En raison du véhicule financier	340
5.1.2.3 Moyens de protection précontractuelle	341
5.1.2.3.1 Règles visant l'exigence d'un consentement éclairé	341
5.1.2.3.1.1 Restrictions relatives à la publicité sur le crédit	341
5.1.2.3.1.2 Prohibition de l'attribution du crédit non sollicité par le consommateur	345
5.1.2.3.1.3 Prohibition de proposition de crédit variable dans les établissements d'enseignement	346
5.1.2.3.1.4 Évaluation de la capacité du consommateur de rembourser	346
5.1.2.3.1.5 Divulgence du crédit et formalisme contractuel	348
5.1.2.3.1.6 Faculté de dédit	349

5.1.2.3.1.7	Interdiction de paiement à un courtier de crédit	350
5.1.2.3.2	Règles relatives aux assurances accessoires	351
5.1.2.4	Moyens de protection contractuelle : contrôle des obligations nées du contrat de crédit	352
5.1.2.4.1	Contrôle des taux de crédit et d'intérêt	352
5.1.2.4.1.1	Principe de la liberté contractuelle	352
5.1.2.4.1.2	Mesures de contrôle de la fixation des taux	352
A.	<i>Loi sur l'intérêt</i>	352
B.	<i>Code civil du Québec</i>	353
C.	<i>Code criminel</i>	355
D.	<i>Loi sur les banques</i>	356
E.	<i>Loi sur la protection du consommateur</i>	356
5.1.2.4.1.3	Méthode de calcul des frais et du taux de crédit	357
5.1.2.4.1.4	Modification du taux	358
5.1.2.4.2	Limitation des effets des clauses pénales	358
5.1.2.4.3	Réglementation des modalités de paiement	359
5.1.2.4.4	Règles garantissant l'indissociabilité du contrat de crédit et du contrat principal	361
5.1.2.4.4.1	La cession de créance	362
5.1.2.4.4.2	Le prêt d'argent	363
5.1.2.4.4.3	Le contrat de crédit accessoire à un contrat conclu avec un commerçant itinérant	364
5.1.2.4.5	Interdiction de l'augmentation unilatérale de la limite de crédit	364
5.1.2.4.6	Règles relatives au paiement minimum	366
5.1.2.4.6.1	Paiement minimum requis de 5 % du solde	366
5.1.2.4.6.2	Obligation d'information sur les conséquences d'un paiement minimum	366

5.1.2.5	Moyens de protection postcontractuelle	367
5.1.2.5.1	Protection à l'égard de l'état de compte	367
5.1.2.5.1.1	Obligation de réception	367
5.1.2.5.1.2	Mécanisme de contestation	368
5.1.2.5.2	Protection en cas de perte, de vol ou de fraude lié à une carte de crédit	369
5.1.2.5.3	La protection à l'égard des paiements préautorisés	371
5.1.2.5.4	Le législateur et le tribunal au secours de l'exécution des obligations du consommateur endetté	371
5.1.2.5.4.1	Adoucissement de la rigueur de la clause de déchéance du bénéfice du terme	372
A.	Mécanisme d'application générale	372
B.	Application particulière à la location à long terme	376
5.1.2.5.4.2	Encadrement de la vente à tempérament	377
A.	Respect intégral des règles sur le crédit	377
B.	Contrôle de l'exercice du droit de propriété par le commerçant	378
C.	Contrôle de la reprise de possession du bien par le commerçant	379
5.1.2.5.5	La protection à l'égard des services de règlement de dettes	383
A.	Définition et champ d'application	383
B.	Formalisme contractuel	384
C.	Interdiction de fausses représentations	384
D.	Droit de résolution	385
E.	Négociation avec les créanciers et document récapitulatif	386
F.	Compte en fidéicomis	387
5.2	La protection contre les pratiques abusives de recouvrement des créances	388
5.2.1	Champ d'application	389

5.2.2	Mesures d'interdiction et normes d'éthique.	389
A.	Fausse représentation	389
B.	Frais de recouvrement	389
C.	Intrusions dans la vie privée	390
D.	Pressions abusives	391
E.	Suspension de communication	391
5.2.3	Procédure de réclamation	392
5.2.4	Contrôle administratif.	392
5.2.5	Sanctions.	392
5.3	LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR À L'ÉGARD DE SON DOSSIER DE CRÉDIT.	393
5.3.1	Problématique	393
5.3.2	Approches et mesures de protection	394
5.3.2.1	Responsabilité extracontractuelle de l'agence	394
5.3.2.2	Atteinte aux droits fondamentaux	395
5.3.2.3	Protection des renseignements personnels	395
5.3.2.3.1	Principes généraux	396
5.3.2.3.2	Mesures de contrôle	397
A.	Cueillette des renseignements	397
B.	Utilisation des renseignements.	398
C.	Droit d'accès à l'information	400
D.	Contrôle administratif	401
5.3.2.3.3	Sanctions.	402
5.4	LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROTECTION DES INTÉRÊTS DES CONSOMMATEURS	402
5.4.1	Le rôle de l'État dans la protection des consommateurs	402
5.4.1.1	Le rôle de l'Office de la protection du consommateur	403
5.4.1.1.1	Le contrôle administratif	404

A. Les comptes en fidéicomis	405
B. Les cautionnements	407
C. Les permis	407
a) Commerçants soumis à l'obligation de détenir un permis	407
b) Conditions d'obtention	410
c) Sanctions	410
D. Les engagements volontaires sectoriels	411
5.4.1.1.2 La mission d'information et d'éducation des consommateurs.	412
5.4.1.1.3 L'indemnisation des clients des agents de voyages.	412
5.4.1.2 Le Directeur des poursuites criminelles et pénales du Québec	413
5.4.1.3 Le Bureau de la consommation d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada	413
5.4.1.4 Le commissaire de la concurrence et le Tribunal de la concurrence du Canada.	413
5.4.1.5 Le Directeur des poursuites pénales du Canada	414
5.4.2 L'intervention des associations de défense et l'information des consommateurs	414
QUESTIONS et CAS PRATIQUES	417
RÉPONSES	421
TITRE 6 – LE DROIT D'ACCÈS À LA JUSTICE	425
6.1 LE PROBLÈME D'ACCÈS À LA JUSTICE DU CONSOMMATEUR	427
6.1.1 Les conceptions de l'accès à la justice	428
6.1.2 L'état de la situation québécoise des services judiciaires.	430
6.1.3 Les obstacles à la justice	432
6.1.3.1 Obstacles objectifs.	433
6.1.3.1.1 Barrières économiques	433

A. Honoraires d'avocats	433
B. Frais judiciaires	434
C. Autres frais	434
D. Modicité de la réclamation	434
6.1.3.1.2 Délais	435
6.1.3.2 Obstacles subjectifs	436
6.2 LES RESSOURCES FACILITANT L'ACCÈS DU CONSOMMATEUR À LA JUSTICE	438
6.2.1 La Cour des petites créances	439
6.2.2 Les modes alternatifs de règlement des conflits	443
6.2.2.1 Les différents types de modes alternatifs	443
6.2.2.2 Les avantages et le rôle des modes alternatifs	446
6.2.2.3 Critique des modes alternatifs	447
6.2.3 L'action collective	449
6.2.3.1 Un instrument favorisant l'accès à la justice	449
6.2.3.2 Caractéristiques	452
6.2.3.3 Règles de fonctionnement	453
6.2.3.4 Rôle du juge	455
QUESTIONS et CAS PRATIQUES	458
RÉPONSES	460
CONCLUSION	463
BIBLIOGRAPHIE	473
TABLE DE LA LÉGISLATION	505
TABLE DE LA JURISPRUDENCE	541
INDEX ANALYTIQUE	571